

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Guna memperjelas pemahaman, menyamakan persepsi, dan menghindari kesalahpahaman terhadap judul yang diajukan, yaitu “Strategi Komunikasi Dakwah Panti Asuhan Mabarrot Srimartani, Piyungan, Bantul dalam Membina Akhlak al-Karimah Anak-anak Asuh”, maka akan dijelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul.

1. Strategi komunikasi dakwah

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan, *planning*, dan manajemen, *management*, untuk mencapai suatu tujuan.¹ Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi, *communication planning* dan manajemen, *management communication* untuk mencapai suatu tujuan.²

Komunikasi yaitu suatu transfer (memindahkan) informasi dari seseorang kepada orang lain, baik perseorangan maupun berkelompok, sebagai suatu proses social, baik berhadapan langsung ataupun melalui media.³

¹ Onong Uchjana E, *Dinamika Komunikasi*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 1993, Cet. Ke-3, Hlm. 29.

² *Ibid.*

³ Zaini Muchtaraom, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, Yogyakarta, Al-Amin Press, , 1997, Hlm. 88.

Dakwah adalah suatu proses upaya mengubah sesuatu situasi kepada situasi lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, atau proses mengajak manusia ke jalan Allah yaitu al-Islam.⁴

Komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas, dimana seorang muballigh atau komunikator menyampaikan pesan-pesan, *messages* yang bersumber atau sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah dengan tujuan agar orang lain, *komunikan* dapat berbuat amal saleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.⁵

Jadi yang dimaksud strategi komunikasi dakwah dalam penelitian ini adalah merupakan paduan perencanaan komunikasi, *communication planning* atau bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang (komunikator) menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah dengan tujuan orang lain (komunikan) dapat berbuat amal saleh sesuai dengan pesan yang disampaikan guna mencapai terbentuknya generasi penerus yang berakhlak karimah khususnya pada anak-anak asuh Panti Asuhan Mabarroto.

2. Panti Asuhan Mabarroto(PAM)

Panti Asuhan Mabarroto adalah sebuah lembaga kesejahteraan sosial yang menampung dan mengasuh anak-anak yatim piatu dan anak-anak kurang mampu, dengan cara memberikan berbagai jenis pendidikan dan pelatihan ketrampilan. Serta mengikutsertakan anak-anak dalam jenjang-

⁴ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta, Logos, 1997, Cet ke 1, Hlm. 31.

⁵ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta, Gaya Meda Pratama, 1997, Cet ke-2, hlm. 49.

jenjang pendidikan sesuai dengan bakat dan minat. Sehingga mereka mandiri dan mempunyai masa depan seperti anak-anak pada umumnya.

3. Akhlak al-karimah

Menurut bahasa, kata akhlak adalah jamak dari khuluk yang artinya budi pekerti, yakni suatu daya kekuatan dalam jiwa manusia yang nampak dalam perbuatan dan tingkah laku yang baik. ⁶Dinamakan akhlakul mahmudah atau karimah yang artinya akhlak yang mulia atau terpuji.⁷

4. Anak-anak asuh

Anak-anak asuh yang dimaksud adalah anak-anak yang kurang mampu, anak yatim, dan anak yatim piatu. Mereka adalah anak-anak yang terlantar dan diterlantarkan.

B. Latar Belakang Masalah.

Kesadaran masyarakat dari berbagai kalangan umat beragama dalam aktivitas keagamaan dewasa ini, terutama semenjak dekade 1990-an, menampilkan fenomena yang menarik. Peningkatan aktivitas ormas-ormas keagamaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, majelis-majelis ta'lim dan pengajian atau kegiatan keagamaan di tempat-tempat elit di satu sisi, merupakan ilustrasi yang sangat faktual.

Adapun di sisi lain dapat dilihat dari serbuan gelombang baru globalisasi peradaban dunia lintas sektoral, yang sebagian diantaranya dapat membuat

⁶ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta, 1971, hlm. 123.

⁷ Pius A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya, Arkola, 1994, hlm. 14.

institusi-institusi lembaga keagamaan menjadi lemah, kurang berdaya, sehingga nilai-nilai moral, etika, dan kemanusiaan menjadi kurang bermakna di tengah-tengah kehidupan bangsa yang plural.

Hal tersebut mungkin disebabkan oleh aktivitas-aktivitas dakwah dan misi keagamaan yang ada di masyarakat belakangan ini lebih menjurus pada upaya-upaya peningkatan kepentingan sesaat atau kepentingan kelompok internal masing-masing agama. Tetapi kontribusi positif dari maraknya aktivitas keagamaan tersebut terasa kurang maksimal, baik pada lingkup yang bersifat lingkungan eksternal atau pada kepentingan bangsa yang lebih luas.

Kondisi demikian memberikan penilaian tersendiri bagi sebagian kalangan, bahwa dakwah dan misi keagamaan yang berkembang belakangan ini agak lamban dan kurang mampu mengimbangi dinamika kehidupan sosial masyarakat yang bergerak cepat. Sehingga muncul keadaan yang membuat segenap umat dan anak bangsa merasa terhentak, sedih, dan malu dengan berbagai kerusuhan, pertikaian, pembunuhan, yang merebak di tanah air beberapa tahun terakhir.

Fenomena tersebut, selain membuat citra bangsa Indonesia rendah dalam pandangan masyarakat dan bangsa-bangsa di dunia, juga merupakan gangguan yang signifikan pada kehidupan bangsa secara keseluruhan. Oleh karena itu masyarakat Indonesia perlu lebih *concern*, berpikir ulang, dan bekerja keras agar dapat menata peran dan misi dakwah yang lebih relevan dengan perkembangan zaman. Sehingga citra bangsa yang telah terpuruk

dapat diangkat kembali untuk lebih bermartabat di tengah-tengah pergaulan antar bangsa di kemudian hari.⁸

Apabila al-Qur'an dan Sunnah diperhatikan, maka akan diketahui bahwa sesungguhnya dakwah menduduki posisi utama dan strategis yang menentukan keindahan dan kesesuaian Islam dengan perkembangan zaman, baik dalam sejarah maupun praktiknya. Hal tersebut sangat ditentukan oleh kegiatan dakwah yang dilakukan umatnya. Materi dakwah maupun metodenya yang tidak tepat, sering memberikan gambaran dan persepsi yang keliru tentang Islam. Demikian pula kesalahpahaman tentang makna dakwah. Sehingga, dakwah sering tidak membawa perubahan apapun, padahal tujuan dakwah adalah untuk merubah masyarakat ke arah kehidupan yang lebih baik dan lebih sejahtera, lahiriah maupun batiniah.

Pada hakikatnya dakwah Islam merupakan aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam satu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap dan bertindak, baik pada dataran kenyataan individual maupun *sosio-kultural* dalam rangka mewujudkan ajaran Islam dalam semua segi kehidupan manusia. Strategi dakwah bertujuan mengubah lingkungan secara lebih rinci, yang berfungsi meletakkan dasar eksistensi masyarakat Islam, menanamkan nilai-nilai keadilan, persamaan, persatuan, perdamaian, perbaikan, dan keindahan.

⁸ Said Agi Husin Al-Munawar, *Makalah Seminar Nasional " Membangun Paradigma Dakwah dan Kebudayaan Islam "*, IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 12 Maret 2002.

Sebagai inti penggerak perkembangan masyarakat dari sistem kehidupan dzalim (tirani, totaliter) menuju sistem yang adil, yang menyampaikan kritik sosial atas penyimpangan yang berlaku di masyarakat. Dalam rangka mengemban tugas *nahi munkar* dan memberi alternatif konsepsi atas kemacetan sistem dalam rangka melaksanakan *amar ma'ruf*, meletakkan strategi sebagai inti penggerak orientasi dasar Islam, meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menegakkan hukum. Selain itu juga untuk mengintegrasikan kelompok-kelompok kecil menjadi suatu kesatuan umat, merealisasikan keadilan dalam bidang ekonomi, pendidikan, sosial, dan budaya.

Melihat fenomena di atas, maka lembaga-lembaga sosial Islam dituntut untuk berperan aktif dalam melakukan rekayasa sosial, *social engineering* dan transformasi *social cultural* yang memiliki ciri-ciri pembaharuan. Meskipun demikian ciri-ciri lama yang masih relevan tetap harus dipertahankan.

Ada tiga dimensi yang harus dilekatkan pada lembaga-lembaga sosial Islam apabila ia diinginkan memainkan peran yang bermakna dalam proses rekayasa sosial, yaitu dimensi kultural, pendidikan, dan sosial.⁹

Pertama, Dimensi kultural, dalam konteks ini, watak mandiri merupakan ciri yang harus dipertahankan, agar tidak berkembang ke arah pengucilan diri, *isolasionisme*. Karena itulah solidaritas spontan dan tidak terarah perlu ditingkatkan menjadi solidaritas yang terorganisir dalam suatu hubungan akademis yang fungsional antar lembaga sosial. Watak sederhana

⁹ Abdurrahman Mas'ud, *Dinamika Pesantren dan Madrasah*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2002, hlm. 63 .

harus dipertahankan, karena sangat diperlukan masyarakat yang membutuhkan pemupukan modal untuk pembangunan, tanpa perlu menjurus ke arah peningkatan yang berlebihan terhadap kehidupan dunia.

Pola hubungan yang tidak berimbang dan cenderung mempersempit ruang gerak kreativitas, yang secara teoritis menghambat dinamika perubahan harus diganti dengan pola hubungan yang demokratis, inovatif, dan fleksibel. Wawasan yang terbatas dan cenderung mengarah ke dalam, harus dikuasai agar menjadi ke arah terbentuknya wawasan yang berorientasi global.

Kedua, Dimensi pendidikan, *edukatif*, pada dimensi ini antara lain dapat terlihat pada *output* pendidikan. Proses pendidikan di lembaga sosial dapat menghasilkan masyarakat yang religius pada lembaga tersebut.

Ketiga, Dimensi sosial, dalam dimensi ini lembaga sosial dapat dikembangkan menjadi pusat kegiatan belajar masyarakat, *community learning central*. Berfungsi menyampaikan teknologi baru yang cocok untuk masyarakat setempat dan memberikan pelayanan sosial dan keagamaan. Pada sisi lain, masyarakat setempat dapat berfungsi sebagai laboratorium sosial, dimana lembaga sosial melakukan eksperimentasi pengembangan masyarakat. Dengan demikian akan tercipta hubungan timbal balik antara lembaga sosial dan masyarakat setempat yang bersifat *simbiose mutualitis*.¹⁰

Ketiga syarat tersebut di atas adalah merupakan pijakan bagi lembaga sosial (Panti Asuhan) dalam menyelesaikan problema sosial masyarakat dewasa ini. Permasalahan anak-anak terlantar (anak kurang mampu, anak

¹⁰ *Ibid*, hlm. 63-65.

yatim, dan anak yatim piatu) merupakan permasalahan yang serius untuk mendapat perhatian.

Anak-anak terlantar adalah komunitas yang terabaikan oleh sebagian besar masyarakat, mereka hidup terlunta-lunta dan tidak memiliki masa depan yang baik. Problem kemiskinan yang menghimpit disatu sisi dan problem keterbelakangan disisi lain, menjadikan mereka terpaksa menjalani hidup yang keras. Menjadi peminta-minta dan pengamen di perempatan jalan dilakukan sekedar untuk mengais rejeki.

Keberadaan mereka di jalanan memiliki dampak tersendiri bagi diri mereka khususnya dan masyarakat pada umumnya. Menjadi peminta-minta memiliki dampak psikologis, anak-anak bekerja, namun pekerjaan yang dilakukan tidak menumbuhkan kreatifitas mereka, bahkan semakin menjadikan mereka terpuruk dalam ketidak berdayaan. Implikasinya adalah jiwa peminta-minta yang tumbuh, bukannya jiwa kemandirian.

Dampak buruk keberadaan mereka di jalanan adalah ancaman kekerasan, baik fisik maupun psikis. Kekerasan tersebut bisa datang dari sesama anak jalanan maupun masyarakat. Stigma negatif dari masyarakat, seperti anak-anak nakal, sampah masyarakat, pembuat onar, menjadikan mereka semakin terasing dari lingkungan. Sehingga yang terjadi adalah rasa putus asa yang mereka dapatkan. Hal tersebut yang menjadikan mereka melakukan tindakan yang kurang terpuji. Memaksa, menipu, mencuri, dan sebagainya. Segala perilaku menyimpang dan bertentangan dengan moralitas yang berujung pada dekadensi akhlak.

“Nabi Muhammad diutus oleh Allah adalah untuk menyempurnakan akhlak manusia”. Pada konteks ini, dekadensi moral anak-anak terlantar sudah semestinya mendapat perhatian yang serius dari lembaga-lembaga sosial (Panti Asuhan) melalui dakwah yang dilakukan.

Mengkomunikasikan pesan-pesan islam diperlukan sebuah usaha dan cara, taktik ataupun srategi agar tujuan dakwah dapat terlaksana dengan baik. Dalam menyampaikan dakwah diperlukan sebuah alat, yaitu komunikasi. Komunikasi dalam bentuk dakwah ini dimaksudkan agar terjadi persamaan pengertian diantara pemberi da'wah, dalam kaitannya dengan ajaran-ajaran agama yang kemudian dijabarkan dalam amaliyah.¹¹

Dari uraian di atas, maka skripsi ini disusun untuk meneliti Panti Asuhan Yatim Piatu Mabarroto, karena lembaga ini tidak hanya bergerak dalam bidang sosial tetapi juga dalam pembinaan akhlakul karimah anak-anak yatim piatu, anak-anak putus sekolah, dan anak-anak yang kurang beruntung akibat keadaan ekonomi yang lemah. Adapun fokus kajian dalam pembahsan ini adalah bagaimana “Strategi Komunikasi Dakwah Panti Asuhan Mabarroto Srimartani Piyungan Bantul dalam Membina Akhlak al-Karimah Anak-anak Asuh”.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

¹¹ Widjaja A.W, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta, Bumi Aksara, 1993, , hlm. 14.

1. Bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan Panti Asuhan Mabarrot dalam membentuk akhlak al-karimah anak-anak asuh?.
2. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat Panti Asuhan Mabarrot dalam melaksanakan strategi komunikasi dakwah ?

D. Tujuan Penelitian.

Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mendiskripsikan strategi komunikasi dakwah yang diterapkan Panti Asuhan Mabarrot dalam membina akhlak al-karimah anak-anak asuh.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Panti Asuhan Mabarrot dalam melaksanakan strategi komunikasi dakwahnya.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan kegunaan dan manfaatnya untuk:

1. Dapat memperkaya wacana komunikasi dalam dialektika kritis dengan wacana kontemporer, sehingga dimiliki pemahaman tentang komunikasi yang substansial, analitis, progresif, dan kontekstual. Sehingga diharapkan dapat memberi masukan terutama dalam kajian ilmu komunikasi.
2. Sebagai stimulan bagi pengembangan institusi-institusi dakwah dalam memahami objek dakwah dan memperluas cakrawala informasi tentang dakwah dan perkembangannya.

3. Sumbangan pemikiran bagi Panti Asuhan Mabarroth sebagai upaya pengembangan strategi komunikasi dakwah Islamiyah untuk masa-masa selanjutnya.

F. Kerangka Teoritik

1. Telaah tentang Strategi Komunikasi Dakwah

a. Komunikasi

Komunikasi yaitu “suatu transfer (memindahkan) informasi dari seseorang kepada orang lain, baik perseorangan maupun berkelompok, sebagai suatu proses social, baik berhadapan langsung ataupun melalui media.”¹²

Gerald A. Miller dan Stainer menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses dan yang disampaikan bukan hanya sekadar informasi, tetapi juga gagasan, emosi, dan ketrampilan. Dalam karyanya, berjudul “*On Defining Communication : Another Stab*”, yang dimuat dalam *Journal of Communication* menyatakan bahwa

“Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi berperilaku sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya”

Dalam definisinya itu Miller memperluas pengertian komunikasi dengan tujuan perubahan perilaku. Ini berarti bahwa komunikasi

¹² Zaini Muchtarom, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, Yogyakarta, Al-Amin Press,, 1997, Hlm. 88.

menurut Miller bukan sekedar upaya memberi tahu, tetapi juga upaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan tertentu.

Menurut Hovland komunikasi untuk mengubah perilaku itulah yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi, yakni masalah bagaimana caranya agar seseorang atau sejumlah orang berperilaku tertentu, atau melakukan tindakan tertentu.

Kalau kita telaah definisi-definisi yang diketengahkan para ahli komunikasi pada dekade-dekade berikutnya, tampak adanya kesamaan dalam nada dan makna: yang beda hanyalah dalam kata-kata yang digunakan dan ungkapan yang ditampilkan.

Barangkali yang relative lengkap mengenai arti dan tujuan komunikasi itu adalah yang dikemukakan oleh R. Wayne Pace, Brent D Petersn, dan M.Dallas Burnet dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, yang menyatakan bahwa tujuan sentral dari komunikasi meliputi tiga hal utama, yakni¹³

- 1) *To Secure Understanding* – memastikan pemahaman
- 2) *To Establish Acceptance* - membina penerimaan
- 3) *To Motivate Action* – motivasi kegiatan

Jadi pertama-tama harus dipastikan bahwa orang yang dijadikan sasaran komunikasi itu memahami. Jika sudah dipastikan dia memahami, dapat diartikan dia menerima, maka penerimaan itu perlu

¹³ Onong Uchjana E, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, Bandung, PT Remaja RosdaKarya, 2002, Cet Ke; 6, hlm. 49-50.

dibina, sehingga pada gilirannya ia dimotivasi untuk melakukan suatu kegiatan.

Agar komunikasi mencapai tujuan dan sasarnya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang.

Bagi seorang komunikator, suatu pesan akan dikomunikasikan sudah jelas isinya, tetapi yang perlu dijadikan pemikiran ialah pengelolaan pesan, *management message*. Sehubungan dengan proses komunikasi itu berikut ini adalah teknik-teknik yang dapat dipilih :

- 1) Teknik asosiasi
Teknik asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi yang disampaikan melalui suatu obyek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.
- 2) Teknik integrasi
Teknik integrasi ialah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan.
- 3) Teknik ganjaran
Teknik ganjaran, *pay-off technique* adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-ngimingi hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan.
- 4) Teknik tatanan
Tatanan terjemahan dari *icing* adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut.
- 5) Teknik *red-herring*
Red herring adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan.¹⁴

b. Dakwah

Dakwah adalah suatu proses upaya mengubah sesuatu situasi kepada situasi lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, atau proses mengajak manusia ke jalan Allah yaitu al-Islam.¹⁵

¹⁴ Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, op. cit., Hlm. 22-24.

¹⁵ Wardi Bachtiar, loc. Cit.

Pada dasarnya komunikasi dakwah adalah komunikasi yang unsur-unsurnya disesuaikan dengan visi dan misi dakwah. Hal ini sejalan dengan rumusan yang dikemukakan oleh pakar komunikasi Drs. Toto Tasmara, bahwa komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seorang (muballigh atau komunikator) menyampaikan pesan-pesan, *message*, yang bersumber atau sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah dengan tujuan agar orang lain (komunikan) dapat berbuat amal saleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.¹⁶

Dari segi proses, komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga dengan pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan. Sedangkan tujuan komunikasi dakwah adalah mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran agama Islam.

¹⁶ Toto Tasmara, *loc cit.*

c. Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan, *planning* dan manajemen, *management*, untuk mencapai suatu tujuan.¹⁷ Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan itu tidak terlepas dari strategi, terlebih dalam target komunikasi.¹⁸ Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹⁹

Strategi adalah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.²⁰

Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan.

Banyak teori komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli, tetapi untuk strategi komunikasi barangkali yang memadai untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh Harold Lasswell.

¹⁷ Onong Uchjana E, *Dinamika Komunikasi*, loc. cit.

¹⁸ Rafi'udin dan Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung, CV.Pustaka Setia, 1997, hlm. 77.

¹⁹ Onong Uchjana E, *Dinamika Komunikasi*, Op Cit Hal. 29.

²⁰ J. Salusu, *Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*, Jakarta, PT.Grasindo, 2003

Harold D Laswell, seorang sarjana hukum pada Yale University, telah menghasilkan suatu pemikiran mengenai komunikasi yang dituangkan dalam bentuk paper dan dimuat dalam buku *"The Communication of Ideas"*, suntingan Lyman Bryson. Laswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan *"Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect"*. Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut.

- 1) *Who?* siapakah komunikator, dalam penelitian ini adalah Pengasuh dan Pembina di Panti.
- 2) *Says What?*, pesan yang dinyatakan dalam penelitian ini, yaitu materi yang disampaikan dalam kegiatan di Panti.
- 3) *In Which Channel?*, media apa yang digunakan, dalam penelitian ini adalah kegiatan yang ada dalam Panti
- 4) *To Whom?*, siapa komunikan, dalam penelitian ini adalah anak-anak asuh.
- 5) *With What Effect?*, efek apa yang diharapkan.²¹

Lawrence D. Brennan dalam bukunya, *"Business Communication"*, yang ia sebut *Seven Pillar of Commnication Strategy*, tujuh sendi strategi komunikasi, yang menurut dia merupakan

²¹Onong Uchjana E, *Dinamika Komunikasi, op. cit.*, Hlm. 29-30.

essentials of new communication, dasar hakiki komunikasi baru.

Ketujuh sendi atau pilar strategi komunikasi tersebut ialah:²²

1) *Adaption of commnication process*, adaptasi proses komunikasi

Mengenai sendi pertama dari unsur-unsur strategi komunikasi diatas, yakni proses komunikasi, Brennan menetengahkan suatu formula, yang relevan dengan kegiatan humas, yaitu:

"The communicator with a purpose and an occasion gives expression to an ideas which he channels to some receiver from whom he gains a response."

Komunikator dengan tujuan beserta peristiwa menyatakan suatu ide yang ia salurkan kepada komunikan dari siapa ia memperoleh tanggapan.

Formula Brennan itu ringkas, lengkap, tetapi padat, yang menunjukkan bahwa komunikasi mengandung tujuan dan harus berlangsung timbal balik, apakah penyaluran idenya tanpa atau dengan sarana.

2) *Thought*, pikiran

Pikiran dianggap oleh Brennan sebagai pilar kedua dari strategi komunikasi, karena komunikasi yang baik dilandasi pemikiran yang baik.

3) *Language control*, penguasaan bahasa

²² Onong Uchjana E, *Hubungan Masyarakat Suatu Komunikologis*, op. cit., hlm. 50-51.

Merupakan salah satu pilar strategi dari strategi komunikasi, diakui oleh semua ahli komunikasi, dan memang merupakan faktor yang amat penting, apakah itu bahasa verbal, *verbal language* atau bahasa nirverbal, *non verbal language*.

4) *Clearness*, kejelasan

Kejelasan dianggap Brennan sebagai salah satu tiang dari strategi komunikasi. Penyampaian suatu ide tidak mungkin komunikatif – yakni mampu mengubah sikap dan perilaku komunikan – apabila pengungkapnya tidak jelas baginya. Brennan mengatakan bahwa agar suatu pesan komunikasi menjadi jelas bagi komunikan, sebaiknya diberi batasan, *definition*; penekanan, *emphasis*; pertautan, *coherence*; persamaan, *analogy*; dan ilustrasi, *illustration*.

5) *Persuasiveness*, daya persuasi

Daya persuasi oleh Brennan dinilai sebagai salah satu pilar strategi komunikasi, sebab publik selaku sasaran komunikasi melaksanakannya dengan kesadaran dan keikhlasan.

6) *Completeness*, kelengkapan

Kelengkapan menurut Brennan mencakup *conciseness*, keringkasan yang padat. Dalam hubungan ini komunikator harus mampu memilih-milih kata yang tepat, menghindarkan kata-kata yang mubadzir, *redundant*, menghilangkan rincian yang tidak esensial, dan menyusun kalimat yang sederhana, tetapi logis.

7) *Good will*, itikad baik

Brennan mengatakan bahwa dewasa ini suatu sikap dari hubungan manusiawi, hubungan masyarakat, keramah tamahan, dan kesopan santunan menuntut itikad baik sebagai faktor esensial pada setiap komunikasi. *To day, an attitude of human relations, public relations, cordiality, and courtesy insist upon good will in an essential in every communicatio.* Sifat-sifat berikut merupakan ramuan esensial bagi itikad baik :

- (a) *Attitude of helpful service*, sikap pelayanan bantuan.
- (b) *Courtesy*, sopan santun.
- (c) *Optimism*, optimisme.
- (d) *Progresiveness*, progresif.
- (e) *Tact*, kebijaksanaan.
- (f) *Honesty*, kejujuran.
- (g) *Sincerity*, ketulusan.
- (h) *Fairness*, kewajaran.
- (i) *Friendliness*, keramah tamahan.
- (j) *Humanity*, perikemanusiaan.²³

d. Strategi Komunikasi Dakwah Panti Asuhan Mabarrot

Panti Asuhan Mabarrot adalah sebuah lembaga kesejahteraan sosial yang menampung dan mengasuh anak-anak yatim piatu dan anak-anak kurang mampu, dengan cara memberikan berbagai jenis

²³*Ibid.*, Hlm. 51.

pendidikan dan pelatihan ketrampilan. Serta mengikutsertakan anak-anak dalam jenjang-jenjang pendidikan sesuai dengan bakat dan minat. Sehingga mereka mandiri dan mempunyai masa depan seperti anak-anak pada umumnya.

Sebagaimana kita ketahui, keyatiman dan kemiskinan yang menimpa anak-anak membawa dampak positif maupun negatif. Hal ini telah dibuktikan oleh sejarah umat manusia yang dapat dicermati melalui pandangan yang bercorak pesimistis dan optimistis mengenai mereka.

Sebagaimana dalam Islam, anak-anak yatim dan miskin adalah termasuk golongan kaum *dlu'afa* (golongan lemah). Maka hal ini sangatlah rawan untuk menjadikan mereka terjerumus ke hal-hal yang negative atau menuju kerusakan yang dapat membawa mereka ke jurang kesengsaraan.

Tidak sedikit sejarah membuktikan bahwa perbuatan-perbuatan amoral (kejahatan) dilakukan oleh anak-anak yang dulunya (masih) yatim dan miskin.

Menyantuni mereka tidak hanya dari segi kebutuhan materi saja, namun yang lebih penting adalah memenuhi kebutuhan kejiwaannya (gizi mental-emosional). Sehubungan dengan yang diikemukakan oleh Prof. William Bolman bahwa beberapa aspek yang penting untuk diketahui sehubungan dengan perkembangan jiwa anak yaitu ; anak memerlukan dua jenis makanan yaitu, makanan yang bergizi untuk

pertumbuhan badannya ; dan makanan untuk gizi otak dan gizi mental. Bentuk makanan yang kedua ini berupa kasih sayang, perhatian, pendidikan, dan pembinaan, yang bersifat kejiwaan (*non fisik*)²⁴

Oleh sebab itu cara atau tehnik yang dilakukan di Panti Asuhan Mabarroth dalam membina akhlak anak asuh bahwa pendidikan agama berkisar pada dua dimensi hidup yaitu ;²⁵

- 1) Penanaman rasa takwa kepada Allah
- 2) Pengembangan rasa kemanusiaan.

Jadi yang dimaksud strategi komunikasi dakwah dalam penelitian ini adalah merupakan paduan perencanaan komunikasi, *communication planning* atau bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang (komunikator) menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah dengan tujuan agar orang lain (komunikan) dapat berbuat amal saleh sesuai dengan pesan yang disampaikan.

2. Tinjauan tentang membina akhlak al-karimah
 - a. Materi dalam membina akhlak al-karimah

Menurut Al-Ghazali dalam bukunya "Seluk Beluk Pendidikan", materi yang perlu diberikan dalam proses pembinaan agama meliputi:

- 1) Al-Qur'an dan tafsirnya
- 2) Berbagai Hadis pilihan dan pengertiannya
- 3) Hikayat-hikayat orang baik beserta perilaku mereka.²⁶

²⁴ Andi hakim, Arif rahman Dkk, *Pendidikan dan Agama Akhlak Bagi Anak dan Remaja*, Jakarta , PT Logos Wacana Ilmu, 2002, Cet ke-1, Hlm. 72.

²⁵ *Ibid*, hlm. 25.

Pada halaman lain Al-Ghazali memberikan tambahan mengenai materi pembinaan agama tersebut:

- 1) Pendidikan keimanan pada anka-anak.
 - 2) Pembinaan akhlak bagi anak-anak (meliputi; kesopanan, kesederhanaan, kedisiplinan, pembiasaan, dan latihan beribadah serta mempelajari syariat).
 - 3) Pembinaan akliyah yang mencakup: pemberian ilmu pengetahuan dan ketrampilan.
 - 4) Pembinaan sosial, yang mencakup: lingkungan tetangga, lingkungan sahabat, dan lingkungan persaudaraan Islam.
 - 5) Pembinaan jasmaniah bagi anak-anak, yang mencakup kesehatan, kebersihan, membiasakan makan-makanan yang baik, dan bermain serta olah raga
- b. Subjek pembinaan

Yang dimaksud dengan subyek disini adalah Pengasuh atau para Pembina, selanjutnya akan dikemukakan beberapa persyaratan yang harus ada pada setiap Pengasuh dan Pembina adalah sebagai berikut :

- 1) Memiliki pribadi mukmin, muslim, dan mukhsin.
- 2) Taat untuk menjalani agama (dapat memberikan contoh tauladan bagi anak asuhnya)

²⁶ Drs.Zainuddin,Dkk , *Seluk Beluk Pendidikan dari Al-Ghazali*, Jakarta, Bumi Aksara, 1991, hlm. 18.

- 3) Memiliki jiwa pendidik, rasa kasih sayang kepada anak asuhnya, dan berjiwa ikhlas.
- 4) Mengetahui dasar-dasar ilmu pengetahuan tentang kejiwaan.
- 5) Tidak memiliki cacat rohaniyah dan jasmaniyah.²⁷

Mengenai hal ini, Prof. Athiyah Al-Abrossyi mengajukan syarat-syarat Pembina sebagai berikut:

- 1) Pembina agama harus zuhud, yakin, ikhlas, dan bukan semata-mata bersifat materialistik.
- 2) Bersih jasmani dan rohani, berpakaian rapi dan bersih, dan berakhlak baik.
- 3) Bersifat pemaaf, sabar, dan pandai menahan diri.
- 4) Mengetahui tabiat dan tingkat berpikir anak.
- 5) Menguasai bahan materi yang diberikan.²⁸

Dari uraian diatas, seorang Pembina harus mempunyai syarat-syarat sebagai berikut :

- 1) Seorang pembina agama haruslah mukmin, muslim, serta taat menjalankan perintah agama.
- 2) Mempunyai akhlak yang baik sehingga dapat menjadi contoh tauladan bagi anak asuhnya.
- 3) Sehat jasmani dan rohani serta ikhlas beramal.

18. ²⁷ H.Zhairini, *Methodik Khusus Pendidikan Anak* , Surabaya, Usaha Nasional, 1983, Hlm.

²⁸ *Ibid*, Hlm. 16.

4) Berwawasan luas, menguasai ilmu kejiwaan serta menguasai ilmu agama.

5) Mempunyai sifat sabar dan kasih sayang.

c. Objek Pembinaan.

Obyek pembinaan atau sasaran pembinaan merupakan salah satu unsur yang penting dalam sistem pembinaan, serta tidak kalah penting dengan unsur pembinaan yang lain. Oleh karena itu obyek atau sasaran pembinaan itu harus dipelajari dengan baik, dari sifat dan karakternya sehingga dalam penyelenggaraan pembinaan akan lancar sesuai dengan yang diharapkan.

Obyek atau sasaran pembinaan di Panti Asuhan Mabarroth adalah para anak yatim piatu dan terlantar yang mempunyai kehidupan yang sangat beragam, khususnya yang mempunyai masalah.

Perlu disadari bahwa sasaran strategi komunikasi dakwah ini bersifat heterogen. Oleh karena itu subyek dakwah harus memperhatikan keadaan obyek yang terdiri dari beberapa segi baik usia, etnis, status sosial, politik, ekonomi, dan pemahaman keagamaan sehingga diharapkan mencapai tujuan yang efektif dan efisien.

G. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mencari fakta, *facta finding*, dengan interpretasi yang bertujuan untuk membuat deskriptif yang tepat, secara sistematis, faktual,

akurat mengenai fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti.²⁹

Untuk memperoleh data seobyektif mungkin dalam penelitian ini, maka akan digunakan beberapa hal yang meliputi: metode penentuan sumber data, fokus penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisa data.

1. Subyek dan fokus penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi subyek penelitian adalah panti asuhan mabarrot, yaitu sebuah lembaga yang bergerak dalam bidang sosial yang mengasuh dan membina akhlak al-karimah anak-anak yatim piatu, anak-anak putus sekolah, dan anak-anak yang kurang beruntung akibat keadaan ekonomi yang lemah.

Sedangkan yang menjadi fokus penelitian adalah strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh PAM, yang meliputi peran komunikator dan proses komunikasi. Adapun proses komunikasi berdasarkan media dakwah yang digunakan (kegiatan pembinaan akhlak), adalah pesan yang disampaikan dan efek yang ditimbulkan dalam proses pembinaan akhlak al-karimah anak-anak asuh.

2. Metode pengumpulan data

Agar data dapat terkumpul dengan lengkap, obyektif, dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, di bawah ini akan digunakan beberapa macam metode:

a. Observasi

²⁹ Irwan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung, PT Remaja Rosda Karya, 2000, Hlm. 35.

Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Metode observasi yang digunakan adalah metode observasi non partisipasi, dimana observer tidak mengambil bagian dalam kegiatan yang sedang diobservasi.³⁰

Metode observasi ini digunakan untuk memperoleh data tentang kondisi obyektif panti asuhan mabarrot.

b. Dokumentasi.

Yaitu metode pengumpulan data melalui penyelidikan benda-benda tertulis, seperti buku-buku, peraturan-peraturan, notulen, catatan harian dan sebagainya.³¹ Digunakan untuk mendapatkan informasi terutama untuk gambaran umum.

c. Wawancara, *Interview*

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam PAM, yang disajikan dalam bentuk pertanyaan. Dalam penelitian ini digunakan wawancara, *interview* bebas terpimpin, dimana pewawancara, *interviewer* membawa kerangka pertanyaan, *frame work of question* untuk disajikan dan bersifat longgar tanpa keluar dari pedoman yang dipakai melalui wawancara tidak berstruktur, yaitu dengan hanya memuat garis-garis besar yang dipertanyakan.³²

3. Metode analisa data.

³⁰ Sutrisno Hadi, *Metode Research*, Jogjakarta, Andi Offset, 1992, Hlm. 136.

³¹ *Ibid*, hlm. 31.

³² Sutrisni Hadi, *Metode Research*, Jogjakarta, Andi Offset, 1992, hlm. 132.

Untuk mengolah data yang diperoleh dari penelitian ini, akan digunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode deskriptif yang dimaksud adalah metode deskriptif non statistik dengan penyajian dari umum ke khusus (deduktif-induktif).³³ Yakni peneliti mengamati strategi komunikasi dakwah yang dilakukan panti asuhan mabarrot dalam membina akhlak melalui kegiatan yang berlangsung. Setelah data-data yang diperlukan terkumpul, selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan menganalisa keseluruhan data yang diperoleh, kemudian dipaparkan secara sistematis dalam bentuk kalimat berdasarkan data-data yang diperoleh.



³³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT Rosda Karya, 1993



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dan setelah dilakukan analisa dari data yang diperoleh di Panti Asuhan Mabarro, pada akhirnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Management perencanaan komunikasi yang merupakan Strategi komunikasi dakwah dalam membina akhlak anak asuh di panti asuhan mabarrot adalah meliputi:
 - a. Kegiatan sebagai media dalam strategi komunikasi Dakwah dalam membina akhlak anak asuh berkisar pada dua dimensi yaitu penanaman rasa takwa kepada Allah swt. dan pengembangan rasa kemanusiaan yang dibedakan menjadi dua kategori, yaitu kegiatan keagamaan dan kegiatan non keagamaan.
 - 1) Kegiatan keagamaan meliputi:
 - a) Kegiatan harian, yaitu sholat wajib, sholat lail dan mengaji.
 - b) Kegiatan mingguan, yaitu puasa senin kamis, diniah ba'da 'ashar, dan diniah ba'da maghrib.
 - c) Event kalender, yaitu pengajian hari besar Islam, Hari Raya Idul Adha, kegiatan bulan ramadhan, dan hari Raya Idul Fitri.

2) Sedangkan kegiatan non keagamaan meliputi:

- a) Pendidikan formal yaitu penyaluran pendidikan anak asuh ke pendidikan formal dari tingkat Sekolah Dasar (SD), Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP), dan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA).
 - b) Pendidikan non Formal dalam panti, yaitu kebersihan lingkungan, kegiatan olah raga, beternak ayam, kegiatan bulanan, dan tahunan.
 - b. Kegiatan keagamaan dan non keagamaan yang berfungsi sebagai penanaman akhlak dalam menselaraskan hubungan manusia dengan Tuhannya dan hubungan manusia dengan sesamanya. Sebagaimana dalam teori yang dibangun oleh Al-ghazali tentang pembinaan agama dan pembinaan akhlak anak.
 - c. Pada akhirnya semoga anak asuh mempunyai akhlak al-karimah dalam kehidupan sehari-hari, yang mempunyai rasa tanggung jawab terhadap diri sendiri dan masyarakat sekitarnya sehingga dalam menapak masa depan diharapkan mereka mampu membangun bangsa dan masyarakat yang berlandaskan modal moral yang luhur dan yang sesuai dengan cita dan karsa agama.
2. Faktor pendukung kegiatan keagamaan dan non keagamaan di Panti Asuhan Mabarroth adalah adanya kerjasama yang baik antara pengasuh, pengurus, Pembina, anak asuh, masyarakat, dan instansi pemerintah. Disamping itu para Pembina dan pengasuh dalam mengasuh dan mendidik

anak asuhnya berdasarkan rasa tanggung jawab agama dan kemanusiaan, serta rasa tulus dan ikhlas sehingga para pengasuh dan Pembina bekerja keras sekuat tenaga dan pikiran untuk memperoleh tujuan sesuai yang ditargetkan, yaitu anak asuh mempunyai akhlak al-kariimah dalam aplikasi sehari-hari.

3. Faktor penghambat dalam keagamaan dan non keagamaan dalam membina akhlak anak asuh antara lain:
 - a. Minimnya Pembina yang aktif dan profesional dalam menyampaikan materi.
 - b. Kurangnya koordinasi diantar Pembina satu dengan yang lain, sehingga dalam penyampaian tidak bisa menyatukan teknik atau cara dalam menangani kasus tertentu.

B. Saran

1. Untuk Pimpinan Panti Asuhan Mabarroto
 - a. Hendaknya segala kegiatan yang ada di panti untuk anak asuh selalu ditingkatkan, memberikan dorongan dan bimbingan serta pengarahan dengan sabar demi kebaikan semuanya.
 - b. Perlunya konsolidasi antara pengurus, untuk menciptakan terobosan baru guna meningkatkan mutu Panti, khususnya dalam pemberian bekal rohaniyah pada jiwa anak asuh.
2. Untuk Pengasuh atau Pembina Panti Asuhan Mabarroto

- a. Perlu adanya pembagian kelas bagi anak asuh dalam pelaksanaan diniah ba'da Asar yang disesuaikan dengan perkembangan anak dan pendidikannya, dan perlunya pembenahan materi dan teknik yang disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.
 - b. Perlu peningkatan kualitas pengasuh atau Pembina dalam hal ini adalah masalah profesionalisme. Sehingga pembina dalam memberikan materi dapat diterima dan dipahami dengan mudah oleh anak asuh.
3. Untuk Instansi Pemerintah.
- a. Pejabat pemerintah yang secara formal mengurus masalah-masalah sosial keagamaan dan pendidikan, hendaknya atas nama pemerintah untuk selalu memberikan dorongan dan bantuan berupa apapun guna tercapainya kesejahteraan sosial, khususnya anak asuh yang ada di Panti Asuhan Mabarroth.
 - b. Pemerintah hendaknya selalu memantau keadaan panti Asuhan, khususnya adalah Panti Asuhan Mabarroth yang memelihara, mengasuh dan menyantuni anak yatim piatu dan terlantar sebagaimana tercantum dalam UUD 1945 pasal 34.
4. Untuk Anak Asuh Panti Asuhan Mabarroth.
- a. Hendaknya lebih giat belajar, juga membaca buku yang ada di perpustakaan serta tidak segan bertanya apabila ada kesulitan tentang masalah yang berkaitan dengan Islam kepada para pengasuh.

- b. Anak asuh dalam segala kegiatan panti hendaklah mengikuti dengan ikhlas dan sabar, karena segala yang diberikan panti adalah demi kebaikan dan masa depan yang akan dirasakan oleh anak asuh sendiri nantinya.

C. Kata Penutup

Alhamdulillah rabbil'alam, puji syukur kehadiran Ilahi Rabbi, yang telah memberikan kekuatan, rahmat, taufik serta Hidayah- Nya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan .

Penulisan skripsi ini sudah dilakukan dengan usaha yang sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin untuk hasil yang diharapkan. Namun yang perlu disadari, sebagai manusia biasa yang masih banyak memiliki kelemahan, sehingga penulisan skripsi ini masih sangat sederhana. Oleh karena itu saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah swt, tempat bersimpuh dan berserah diri semoga setiap langkah senantiasa mendapat Ridha-Nya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, terutama bagi siapa pun dia yang membacanya. Amin Ya Rabbal'alam.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Munawar, Said Agi Husin, *Makalah Seminar Nasional " Membangun Paradigma Dakwah dan Kebudayaan Islam"*, IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 12 Maret 2002.
- Bachtiar, Wardi, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Logos, Jakarta, 1997.
- Depag.RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta , 1971.
- Djalil, Maman Abdul dan Rafi'udin , *Prinsip dan Strategi Dakwah*, CV. Pustaka Setia, 1997.
- Hadi, Sutrisno, *Metode Research Andi Offset*, Jogjakarta ,1992.
- Lexy J.Moleong, *Metode Peneliyian Kualitatif*, PT Rosda Karya Bandung ,1993.
- Mas'ud, Abdurrahman, *Dinamika Pesantren dan Madrasah*, Puataka Pelajar Yogyakarta, 2002.
- Muchtaraom, Zaini, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, Al-Amin Press, Yogyakarta, 1997.
- Nasution, Andi Hakim, dkk. *Pendidikan dan Agama Akhlak bagi Anak dan Remaja*, Logos, Jakarta, 2002.
- Partanto, A Pius, dkk, *kamus Ilmiah Populer*, ARKOLA, Surabaya, 1994.
- Salusu.J, *Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*, PT Grasindo, Jakarta, 2003.
- Soehartono,Irwan,*Metode Penelitian Sosial*, Remaja Rosda Karya, Bandung; 2000.
- Tasmara, Toto ,*Komunikasi Dakwah*, Gaya Meda Prartama, Jakarta, 1997.
- Uchjana, Onong E, *Dinamika Komunikasi*, Remaja Rosda Karya, Bandung,1993.
- _____, *Hubungan Masyarakat Suatu suatu Komunikologis*, Remaja Rosda Karya, Bandung ; 2002.

Widjaja,A.W , *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Bumi aksara, Jakarta : Bumi Aksara, 1993.

_____, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Rineka Cipta, Jakarta, 2000.

Zainuddin,*Seluk Beluk Pendidikan dari Al-Ghazali*, Bumi Aksara, Jakarta, 1991.

Zhairini, *Methodik Khusus Pendidikan Anak*, Usaha Nasional, Surabaya, 1983.

