

PENYULUHAN DAN KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

Perspektif Teoritis dan Praktis

Editor:

Prof. Dr. Ir. Sunarru Samsi Hariadi, M.S.
Subejo, S.P., M.Sc., Ph.D.



SEKOLAH PASCASARJANA UGM
PROGRAM STUDI PENYULUHAN DAN KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

pengembangan dan praktis serta pengalaman empiris yang mencakup berbagai aspek atau sektor pembangunan (pertanian atau pangan, kesehatan, sosial, lingkungan, pendidikan, kependudukan, bencana, perubahan iklim, agama, pariwisata, dll). (2) Mendorong para dosen, alumni dan mahasiswa untuk terlibat aktif dalam penulisan dan penerbitan buku Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan dan (3) Menambah khsanah ilmu pengetahuan dan praktis di bidang Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan.

Semoga dengan penerbitan buku ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dan perpektif yang baru bagi perkembangan penyuluhan dan komunikasi pembangunan di tingkat nasional. Selain itu juga diharapkan substansi isi buku ini dapat menjadi alternatif referensi dan materi perdebatan dalam pembahasan isu-isu penyuluhan dan komunikasi pembangunan menuju suatu arsitek keilmuan yang semakin mantap.

Yogyakarta, April 2021
Tim Editor,

Prof.Dr.Jr.Sunaru Samsi Haradi, M.S.
Subejo, S.P., M.Sc, Ph.D
Dr.Ir. Rahima Kaliki, M.S.
Dr.Ir. Siti Andarwati, S.Pt, M.P., IPM.
Riesma Andiani, S.P., M.Sc.
Listia Aisyah, S.P.

DAFTAR ISI

Halaman Muka	i
Sambutan	iii
Kata Pengantar	xvi
Daftar Isi	xix
Bagian 1. Tema Penyuluhan Pembangunan	1
Dinamika Penyuluhan dan Ilmu Penyuluhan Pertanian <i>Sunarru Samsi Hariadi</i>	2
Digitalisasi Penyuluhan dalam Perspektif Komunikasi Dan Pemberdayaan Masyarakat (Konsep Dan Implementasi di Bidang Pertanian) <i>Slameto dan Fauziah Yulia Adriyani</i>	10
Penyuluhan Pembangunan di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Pendekatan Heutagogi <i>Rahima Kaliky dan Azrina Sabilla</i>	29
Penyuluhan Pertanian Menapak Jalan Era Informasi <i>Dwitungtyas Padmaningrum, Bektu Wahyu Utami dan Suminah</i>	44
Tantangan Penyuluhan Pertanian dalam Penyelenggaraan Penyuluhan Pertanian Menuju Pembangunan Pertanian Maju, Mandiri dan Modern <i>Yohanes G. Bulu dan Sujono</i>	65
Gerakan <i>Community-Based</i> dalam Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Sleman DI Yogyakarta <i>Rizma Andiani, Sunarru Samsi Hariadi, Sayoto Hadi Suparmono</i>	94
Transformasi Pengrajin Batik Tulis Bantul di Era Digital Dan Munculnya "Patron Klien Modern" <i>Sunarru Samsi Hariadi dan Felisitas Syntia Herlandy</i>	106

Penyuluhan Pertanian Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi: Teori Dan Praktik dalam Pemberdayaan Petani Milenial <i>Detia Tri Yunandar</i>	120	Interaksi Simbolik dalam Kerangka Kearifan Lokal di Papua <i>Amestina Matualage</i>	338
Peran Penyuluh dalam Meningkatkan Efikasi Diri Berwirausaha Pada Petani Muda Hortikultura di Daerah Istimewa Yogyakarta <i>Siti Nurlaela</i>	156	Literasi Informasi Petani Terhadap Teknologi Pertanian di Era <i>Digital Farming</i> <i>Rika Jayanti Malik, Dina Aulia, Sunarru Samsi Hariadi, dan Roso Wijaksana</i>	354
Kunci Keberhasilan Program Perhutanan Sosial Dan Peran Penting Penyuluhan Kehutanan <i>Wiyono</i>	175	Warung Kopi dalam Ruang Publik: Sarana Prospektif Pembentukan dan Penyebaran Pesan di Kawasan Perdesaan <i>Kadhuang Prayoga dan Subejo</i>	372
→ Penyuluhan Agama Untuk Pembangunan <i>H.M. Kholili</i>	198	Pemberdayaan Masyarakat Petani Tembakau melalui Literasi Internet dari Perspektif Logika <i>Nuryanti</i>	406
Adopsi Inovasi Teknologi Pakan Pada Pemeliharaan Sapi Potong di Kelompok Ternak Margo Mulyo Desa Banaran Kecamatan Playen Siti Andarwati, Arthur Firnando, Noor Asriyanto, dan Gunawan	219	Peran Ibu Rumah Tangga Terhadap Literasi Media Televisi Sebagai Alat <i>Controlling, Monitoring, dan Evaluation</i> pada Pendidikan Anak <i>Arta Kusumaningrum, dan Seventry Melliana Patlung</i>	417
Bagian 2. Tema Komunikasi Pembangunan	239	Daftar Biografi Penulis	440
Isu, Trend, dan Perubahan Paradigma Komunikasi Pembangunan di Indonesia <i>Subejo</i>	240		
Komunikasi dan Pembangunan dalam Perspektif Lain <i>Erwin Rasyid dan Moch Imron Rosyid</i>	265		
Urgensi Penelitian Komunikasi Pembangunan melalui <i>Big Data</i> <i>Diah Ajeng Purwani</i>	284		
Adaptasi Sistem Komunikasi Pemerintah dalam Pengembangan Kambing Kaligesing: Studi Kasus di Kabupaten Purworejo Provinsi Jawa Tengah <i>Tatag Handaka, Hermin Indah Wahyuni, Endang Sulastri, Wiryono Priyotantama</i>	294		
Komunikasi Partisipatif dalam Pengurangan Risiko Bencana <i>Dhyah Ayu Retno Widayastuti</i>	319		

- Mitchell, B., Setiawan, B., Rahmi, D.H. (2003). *Pengelolaan Sumberdaya dan Lingkungan*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Pakpahan, H.T. (2017). *Penyuluhan Pertanian*. Plantaxia, Yogyakarta.
- Rogers, E.M. (1995). *Diffusion of Innovations*. Fourth Edition. The Free Press, New York.
- Sanudin dan Awang, S.A. (2019). *Evaluasi Kehutanan Sosial: Tantangan Generasi 3*. Jakarta: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Direktorat Jenderal Sumber daya Alam dan Ekosistem.
- Simon, H. (2008). *Pengelolaan Hutan Bersama Rakyat (Cooperative Forest Management): Teori dan Aplikasi pada Hutan Jati di Jawa*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Simon, H. (2010). *Perencanaan Pembangunan Sumber Daya Hutan Jilid 1A: Timber Management*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Sudiyono. (2019). *Ketahanan Sosial dan Perhutanan Sosial: Kaliburu Kulon Pogo-Yogyakarta*. Dalam Hidayat, H. (Ed.). *Deforestasi dan Ketahanan Sosial*. Yayasan Pustaka Obor, Jakarta. Halaman 105 – 162.
- Suharjo, D., Khan, A., Djatmiko, W.A., Siraif, M.T., dan Evelyn, S. (1999). *Studi Kolaboratif FKKM: Karakteristik Pengelolaan Hutan Berbasis Masyarakat*. Aditya Media, Yogyakarta.
- Sulistiyani, A.T. (2017). *Kemiraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Penerbit Grava Media.
- Suprpto, T. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat Informasi, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Valera, et. (Editors). (1987). *An Introduction to Extension Delivery System*. Island Publishing House, inc, Manila.
- Wiyono, Nurokfalina, S.N. dan Hidayat, R. (2020). *The Community Empowerment Strategy in Protected Forest Management through Community-Based Ecotourism Development in Kaliburu KULon Progo Regency*. *Jurnal HABITAT*, 31 (1), 2020, page 11-27. <https://habitat.uib.ac.id/index.php/habitat/article/view/466>
- Yuwono, T., dan Novianto, E. (2019). *Belajar dari Tapak Perhutanan Sosial*. Yogyakarta: Java Learning Centre (JAVLEC).
- Yuwono, T. dan Wiyono. (2008). *Cooperative Forest Management. Proiret Pengelolaan Hutan Kabupaten Ngawi di Era Otonomi Daerah*. Data Media, Yogyakarta.
- Zubaedi. (2013). *Pengembangan Masyarakat, Wacana dan Praktik*. Kencana, Jakarta.

Penyuluhan Agama untuk Pembangunan

H. M. Kholili
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Abstrak

Islam yang menjadi anugerah bagi seluruh alam beserta isinya, rahmatan lil alamun, mengharuskan Islam hadir sebagai agama yang dapat membangun umatnya guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Agar Islam yang rahmatan ini bisa terelaisir dalam kehidupan nyata, diperlukan dakwah yang bijaksana (dakwah bil hikmah). Penyuluhan agama merupakan bagian dari kegiatan dakwah yang bijaksana itu, dalam mana dakwah Islam dalam perspektif komunikasi, dakwah yang bijaksana itu meliputi dakwah dengan komunikasi penerangan/peyuluhan, yang da'inya disebut juru penerang, dan dakwah dengan komunikasi penyuluhan yang da'inya disebut penyuluh agama. Guna membangun manusia menjadi sejahtera, bahagia yang diridhai Allah, sebuah pembangunan dapat dilaksanakan bersama juru penerang dan penyuluh agama dengan Dakwah yang Membangun (Top down), sebuah dakwah yang berjenjang membangun sebuah masyarakat kawasan yang menasarkannya diri pada kebijakan dan program pembangunan yang ada. Pembangunan juga dapat dilakukan bersama juru penerang dan penyuluh agama dengan Dakwah yang Memberdayakan (Bottom up), sebuah dakwah yang berlangsung dengan komunikasi partisipatif guna mendorong umat mengenali diri dan kebutuhannya agar supaya nantinya umat dapat membangun dirinya sendiri secara mandiri dan berkelanjutan.

1. Penyuluhan Agama dalam Dakwah

Konsep Dakwah dalam Teks. Cukup banyak konsep dasar dakwah yang dapat ditemukan dalam teks al-Qur'an, misalnya: *Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam* (QS, Al-Ambiyaa, 21: 107). *Hai Nabi, Sesungguhnya kami mengutusmu untuk jadi saksi, dan pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan...* (QS, Al-Ahzab, 33: 45). *Dan kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada Mengetahui.* (QS,

Saba, 34: 28). "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang **menyeru** kepada kebaikan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar; merekalah orang-orang yang beruntung" (QS, Ali Imran, 3 : 104). **Serulah** (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan **hikmah** dan pelajaran yang baik dan berdialoglah bersama mereka dengan cara yang baik (QS, An-Nahl, 16: 125).

1.1 Dakwah yang Rahmat Dilaksanakan dengan Bertahap

Dakwah itu Rahmat. Sesungguhnya beberapa teks dakwah di atas cukup jelas, namun bisa menjadi sulit ketika akan dioperasikan di lapangan. Oleh karenanya teks-teks itu perlu dikontekskan dengan kehidupan nyata, realitas lapangan yang ada. Salah satu hal yang harus dipahami dan ditegaskan dalam berdakwah bahwa, **kehadiran Islam** itu adalah menjadi **rahmat** bagi semesta alam (QS, Al-Ambiyaa, 21: 107). Suisyanto (2006:93) dalam hal ini menjelaskan bahwa Islam sebagai rahmat, ajaran Islam itu memberikan manfaat bagi kehidupan manusia, menjadi petunjuk hati dan menghantarkan kepada kehidupan yang sejahtera lahir batin. Sementara Quraish Shihab (2002:518), melihat Islam sebagai rahmat, ia melihat pada sisi sosok Rasul, Rasul sebagai da'i sebagai komunikator, Islam hadir di tengah manusia itu ada seseorang yang mengantarkan dan menjelaskan ajaran Islam kepadanya. Ia melihat Rasul sebagai da'i adalah sosok seseorang yang berperangai lembut dan penuh kasih sayang sehingga akan nampak dalam menyampaikan ajaran Islam dengan penuh kelembutan dan keramahan. Islam yang rahmat, lemah lembut, penuh kasih sayang ini juga akan meliputi seluruh aspek ajaran Islam, sehingga kelembutan dan kasih sayang itu menjadi ciri khas masyarakat Islam (Aziz, 1997: 80). Oleh karena itu kedatangan Islam yang demikian inilah nantinya

akan merupakan berita gembira bagi seluruh umat manusia, hanya saja masih cukup banyak orang yang belum memahaminya (QS, Saba, 34: 28). Bagaimana Islam bisa mudah dipahami bahwa Islam itu rahmat yang penuh manfaat dan hadir dalam kelembutan? Diperlukan dakwah yang baik dan benar yang didasarkan pada pemahaman yang benar dan tepat mengenai bagaimana dakwah Islam harus berproses, Islam harus disampaikan.

Proses Dakwah. Kedatangan Islam yang menggembirakan itu tidak terlepas bagaimana proses penyampaian Islam (dakwah) kepada manusia itu berlangsung. Berdasar pada Al-Ahzab: 45-46 proses dakwah secara garis besar akan melalui beberapa langkah berikut:

- a. **Langkah Syahidan.** seorang da'i harus melakukan pengamatan sosial, diperlukan penelitian sosial dalam pengertian yang luas, supaya seorang da'i (Penyuluh Agama) menjadi tahu banyak (*syahidan*) tentang orang-orang atau umat yang dihadapi.
- b. **Langkah Basyiran.** Berdasarkan pengamatan itu seorang da'i akan dapat mampu memilah, memilih dan memberikan pesan-informasi yang akan terkait dengan kebutuhan hidup umatnya sehingga pesan yang disampaikan akan menggembirakan mereka (*basyiran*).
- c. **Langkah Nadhiran.** Jika langkah basyiran telah dilakukan, baru seorang da'i kemudian dapat memberi pesan yang bersifat peringatan (*nadhiran*) atas hal yang negatif bagi kehidupan orang-orang atau umat yang dihadapi.
- d. **Langkah daiyan ila Allah.** Jika tiga langkah di atas telah dilalui sehingga umat sudah paham mana yang baik dan mana yang buruk bagi dirinya, baru seorang da'i dapat melakukan Dakwah yang bersifat **mengajak ke jalan Allah** (*daiyan ila Allah*), mengajak mengamalkan ajarannya dengan tetap diiringi do'a agar mendapatkan

hidayah sehingga mereka terbuka hati dan pikirannya dan lancar dalam mengamalkan Islam yang diterimanya.

- c. **Langkah Syirajan Munira.** Ketika empat langkah bejalan secara berkesinambungan selama da'i bersama ummatnya, maka seorang da'i atau penyuluh agama akan mejadi inspirator dan pencerah serta pendamping (*syirajan munira*-dian) pada setiap upaya pengembangan ummatnya. Seorang da'i atau penyuluh agama akan menjadi teladan, model dan trendsetter dalam hidup umatnya.

Lima langkah di atas merupakan beberapa tahapan yang harus dilakukan secara berurutan, dan dilakukan dengan seksama, agar aktivitas dakwah dapat berjalan lancar dan baik. Jika tidak, maka aktivitas dakwah dimungkinkan akan mengalami kendala, bahkan bisa menimbulkan masalah baru. Oleh karena itu seorang da'i atau penyuluh agama, harus dapat melalui beberapa lagkah di atas secara baik guna memperoleh hasil dakwah yang maksimal. Namun ada hal utama yang perlu dicermati, dipahami dan dijalani dengan baik dalam sebuah proses dakwah agar dakwahnya sukses, yaitu penggunaan metode dakwah.

1.2 Dakwah dengan Metode Hikmah-Bijaksana

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik (QS. An-Nahl, 16: 125). Qohtani dalam membahas metode dakwah memasukkan ayat 83 dari surat Asy syu'ara dalam bahasanya... "*Wahai Rabb-ku, berilah aku hikmah, dan masukkanlah aku ke dalam golongan orang-orang yang shaleh*" (QS. Asy syu'ara, 26: 83). Berdasarkan analisis Qohtani (1994: 27) terhadap dua ayat di atas, **hikmah itu ada dua**. Bagian kalimat '*berilah aku hikmah*' dalam ayat di atas merupakan hikmah teoritis yaitu **mauidhah hasanah** seruan untuk mengenali Islam (sebagai teori/ajaran). Seruan ini dalam perspektif komunikasi dikenal dengan komunikasi penerangan atau

penyiaran. Adapun bagian kalimat '*dan masukkanlah aku ke dalam golongan orang-orang shaleh*' merupakan hikmah praktis yaitu **mujadalah ahsan** seruan untuk menenangi dan melaksanakan. Seruan ini dalam perspetif komunikasi dikenal dengan komunikasi penyuluhan (lihat Kholili, 2014: 300). Dari sinilah kita nanti bisa membedakan da'i dalam gerak langkahnya di lapangan:

Pertama, ada da'i yang bertugas menyampaikan konsep ajaran Islam, **mauidhah hasanah**, agar supaya bisa dipahami oleh umatnya, yang kemudian kita kenal da'i dengan sebutan *muballigh* atau yang di lapangan dikenal dengan nama **juvu penerang agama**.

Kedua, ada da'i yang tidak hanya menyampaikan ajaran Islam semata, tetapi bagaimana ajaran itu dapat didialogkan, **mujadalah ahsan**, guna dapat diperaktekkan dalam kehidupan nyata umatnya, yang kemudian kita kenal da'i ini dengan sebutan **penyuluh agama**.

1.3 Dakwah Muaidhah Hasanah dengan Komunikasi Penerangan-Penyiaran.

Dalam kajian ilmu komunikasi, sebuah proses komunikasi dalam mana "komunikator hanya berfungsi sebagai penyampai informasi saja, komunikasi hanya bersifat *top down* dari komunikator kepada komunikan dengan tanpa adanya komunikasi timbal balik dari komunikan, komunikasi yang demikian ini dekategorikan **komunikasi penerangan** (Zulfikar, 2013).

Penyuluhan perlu dibedakan dengan penerangan. Penerangan "hanya" merupakan upaya menyampaikan pesan kepada masyarakat supaya menjadi tahu dan sadar akan adanya sesuatu. Dalam prakteknya, "penerangan" dapat merupakan tahap awal penyuluhan. Penyuluhan mempunyai tujuan lebih jauh yaitu sampai dengan menimbulkan hasrat atau keinginan dari penerima pesan (sasaran) penyuluhan yang dengan kesadarannya sendiri tanpa paksaan melakukan penilaian sehingga tumbuh keyakinan

kemudian mencoba dan selanjutnya menerapkan pesan atau informasi dan atau pengetahuan yang diterimanya (Subejo, 2012)



Gambar 1. Metode Dakwah bil Hikmah
Sumber: Metode dakwah diolah berdasar konsep hikmah dari Qolthani (1994)

Komunikasi penerangan banyak menggunakan media siaran seperti radio dan televisi, yang orientasinya cenderung kuat satu arah, seperti dinyatakan oleh Songco (1978) yang dikutip Amri Jahi (1993: 126-131), iamengkategorikan komunikasi tersebut berfungsi sebagai bentuk *legitimizer* progm-program pembangunan dalam mana komunikasi dapat memusatkan perhatian audiensnya kepada program-program tersebut dan menimbulkan suatu suasana kebenaran, sehingga dapat menggalang dukungan sosial bagi pelaksanaan program-program yang dicanangkan (Jahi, 1993: 126-129).

Dakwah *mauidhah hasanah* yang dilaksanakan dengan komunikasi penerangan atau penyiaran, adalah dakwah yang sekedar menyampaikan untuk bisa dipahami. Dakwah yang semacam ini dapat dikategorikan ke dalam komunikasi dengan teknik informatif (Effendy, 1986: 10), yang dalam oprasionalnya biasa dilakukan dengan pembicaraan informatif (Devito, 1997: 429). Orang yang melaksanakan dakwah penerangan,

dakwah yang menjelaskan disebut *muballigh*, penyampai pesan dengan jelas (QS. 36: 17), yang kemudian dikenal dengan nama juru penerang. Berdakwah dengan menggunakan komunikasi informatif atau pembicaraan informatif seorang da'i dalam melaksanakannya harus memenuhi beberapa prinsip berikut:

- Batasi jumlah informasi dan kembangkan presentasinya.
- Tekankan manfaat untuk kebutuhan dan tujuan audiensnya sehingga akan didengarkan.
- Kaitkan infoormasi baru dengan apa yang telah lama diketahui oleh audiensnya sehingga mudah dicerna dan diingatnya.
- Sajikan informasi yang dapat diterima melalui beberapa alat indra sehingga mudah diingat.
- Variasikan tingkat abstraksi yaitu dengan mengkombinasikan sajian abstraksi dan rincian secara seimbang (Devito, 1997: 429-431).

1.4 Dakwah *Mujadalah ahsan* dengan Komunikasi Penyuluhan

Mujadalah atau lengkapnya *mujadalah ahsan* adalah proses dialog yang terjadi setelah seseorang memperoleh ajaran / ide baru dari *mauidhah hasanah* yang dilakukan (sebagai wujud **komunikaasi penerangan**) yang hal ini dimungkinkan suatu hal atau ide baru yang diterimanya itu tidak biasa dan tidak bisa dilakukan oleh mereka, terkait dengan hal lain yang biasa mereka lakukan. Dari sinilah kemudian perlu dilakukan **komunikasi penyuluhan** dalam mana komunikasi dialog-interaktif dilakukan dengan upaya melibatkan umat dalam menetapkan dan melaksanakan konsep atau ide baru (ajaran-program) yang ada agar nantinya dapat dilaksanakan dalam kehidupan mereka.

Komunikasi Penyuluhan. Komunikasi penyuluhan dalam bahasan komunikasi pembangunan dikenal dengan *Extension Communication*, bukan konseling seperti biasa ditemukan dalam kamus bahasa Inggris.

penyuluhan berasal dari kata *Counseling*. Dalam bahasa Indonesia penyuluhan yang berasal dari kata "suluh" yang berarti "obor" atau "pelita" atau yang memberi "terang", maka dengan penyuluhan diharapkan terjadi peningkatan pengetahuan, sikap dan keterampilan (Subejo, 2012). Pada dasarnya penyuluhan merupakan proses komunikasi. Ketika pengertian penyuluhan sebagai proses perubahan perilaku (Mardikanto, 1993: 13-14), maka komunikasi penyuluhan bukan komunikasi yang sekedar memberitahu atau menerangkan tentang pesan apa yang disampaikan.

Komunikasi penyuluhan sebuah proses komunikasi timbal balik antara komunikator dan komunikan yang berusaha merubah perilaku (Pengetahuan, Sikap dan Keterampilan, yang disingkat PSK) masyarakat sasarnya, agar mereka tahu, mau dan mampu melaksanakan perubahan-perubahan dalam usahanya untuk mencapai perbaikan dan peningkatan hidup dan kehidupan termasuk diantaranya kesejahteraan keluarga atau masyarakatnya. Ban & Hawkins (1999: 25) lebih menegaskan bahwa, yang dimaksud tahu, mau dan mampu dalam hal ini adalah dalam hal membuat keputusan yang benar dalam melakukan perubahan-perubahan dirinya dalam usaha mencapai perbaikan dan peningkatan hidupnya.

Berkaitan dengan pengertian tahu, mau dan mampu di atas, perlu dipahami bahwa:

Tahu, berarti benar-benar **memahami** (Paham/Pengetahuan = P) informasi, pesan, gagasan (juga ajaran/pembaharuan) yang disampaikan da'i yang harus ia lakukan untuk perbaikan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga atau masyarakatnya.

Mau, berarti dengan (Sikap = S) sukarela dan atas **kemauan sendiri** untuk mencari, menerima, memahami, menghayati dan menerapkan/melaksanakan segala informasi, pesan, gagasan (juga

ajaran/pembaharuan) yang diperlukan untuk perbaikan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga atau masyarakatnya.

Mampu, dalam arti **terampil** (Ketrampilan = K) dalam melakukan kegiatan maupun mampu dapat mengupayakan sendiri sumber-sumber daya (input) yang diperlukan demi tercapainya perbaikan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga atau masyarakatnya (Mardikanto, 1993: 14).

Adapun metode dakwah mujadalah, berdialog atau berdebat dengan baik dapat menggunakan komunikasi penyuluhan yang dalam pelaksanaannya bukan komunikasi yang sekedar memberi informasi, akan tetapi komunikasi yang telah melakukan dialog, sebuah proses komunikasi timbal balik antara komunikator dan komunikan. Di sinilah seorang da'i yang melakukan dakwahnya dengan dialog panjang guna mewujudkan pengetahuan, sikap dan keterampilan (PSK) beragama dalam kehidupan umatnya. Seorang da'i yang melakukan dakwah yang demikian itu disebut dengan Penyuluh Agama.

Tabel 1. Perbedaan Komunikasi Penerangan dan Komunikasi Penyuluhan

Aspek	Penerangan	Penyuluhan
Tujuan	Berhasil jika pesan diterima	Berhasil apabila sasaran telah menerapkan materi
Komunikasi	Satu arah	Dua arah
Petugas	Siapa saja asal mampu menyampaikan pesan	Petugas yang menguasai masalah
Pendekatan	Massal, menggunakan media	Kombinasi dan bertahap (massal, kelompok, perorangan)
Materi	Pesan sifatnya umum	Spesifik dan melalui kajian mendalam (pertimbangan teknis, sosekbud)

Hasil Penelitian Metode Dakwah. Pengembangan konsep metode dakwah bil hikmah ketika diinterkoneksi dan diintegrasikan dengan ilmu komunikasi, kemudian melahirkan dakwah penerangan dan dakwah penyuluhan (lihat bahasab sebelumnya). Konsep metode dakwah tersebut lalu dilakukan penelitian lapangan dengan menggunakan analisis SEM. Analisis SEM adalah analisis *Structural Equation Modeling* (model persamaan struktural) suatu teknik gabungan dari analisis faktor dan analisis jalur yang mampu mengungkap hubungan antar variabel dan mampu mengungkap seberapa besar kontribusi beberapa indikator dalam membentuk variabel (Ghazali, 2013: 4). Hasilnya menunjukan bahwa, metode dakwah komunikasi penerangan atau penyiaran telah menempatkan pada proporsi yang lebih diutamakan dibanding metode dakwah komunikasi penyuluhan (Kholili, 2015). Berdasarkan temuan lapangan tersebut, seorang da'i dalam menggunakan metode dakwah, dia harus dapat mendahulukan penggunaan metode dakwah komunikasi penerangan atau penyiaran dalam usaha memenuhi hasil maksimal, yang kemudian harus segera dilanjutkan dan diimbangi dengan penggunaan metode dakwah komunikasi penyuluhan.

Temuan ini memperlihatkan konsep yang disampaikan **Qohtani** bahwa dakwah hikmah (dakwah bijaksana) dengan tahapan dakwah penerangan kemudian dilanjutkan dakwah penyuluhan itu sejalan dan dipertegas dengan apa yang dihasilkan dari penelitian lapangan ini. Qohtani mendahulukan dakwah penerangan dari pada dakwah penyuluhan, demikian juga dengan hasil penelitian yang diperoleh di lapangan. Informasi yang diperoleh dari dakwah penerangan dapat membantu segmen-segmen pemakai itu mengetahui isu-isu yang harus mereka hadapi dan dapat membantu mereka memahami alternatif-alternatif yang tersedia. Akan tetapi, hanya dengan informasi, mereka tidak akan

mampu mengubah situasi yang dihadapi. Hal ini menunjukkan pentingnya komunikasi penerangan itu dilanjutkan dan diimbangi dengan komunikasi penyuluhan dalam sebuah kegiatan dakwah.

2. Penyuluhan Agama dalam Sebuah Proses Pembangunan

Ketika kita memahami dan mengembangkan Islam yang *rahmatan lil 'alamin* bagi manusia, maka sesungguhnya setiap kegiatan komunikasi dakwah itu adalah sebuah proses pembangunan yang berupaya untuk memenuhi kebutuhan manusia, secara materiil dan spiritual dalam hidup diri, sosial dan lingkungannya.

Beberapa Pijakan Dasar. Allah tidak merobah suatu kaum kecuali kaum itu sediriyang mengusahakannya (QS, 13: 11), oleh karena manusia itu dalam menempuh hidup, ia tidak akan pernah memperoleh sesuatu hal kecuali ia hanya akan memperoleh apa yang telah diusahakan (QS, 53: 39-40). Mari kita saling tolong menolong dengan sesama dalam meraih kebaikan; jangan sampai terperosok pada tolong menolong dalam hal keburukan (QS, 5: 2). Oleh karena itu kita akan mengalami banyak tantangan; namun dengan mengalami kesulitan itu kemudahan menuju sukses akan diraih. Bahkan ketika kita berhasil, kita masih didorong untuk segera mengembangkan yang lain (QS, 94: 5-7). Untuk itu kita harus selalu percaya diri dengan penuh semangat dan ceria karena Allah akan selalu mendampingi kita dan Allah telah merancang kita sebagai manusia sukses berprestasi dalam mencapai kemuliaan (QS, 3: 139). Di sinilah peran seorang da'i dibutuhkan guna memahamkan dan menyemangati umat dengan cara menyampaikan pesan-pesan agama kepada umatnya, apakah

dengan dakwah penerangan maupun dakwah penyuluhan. Inilah dakwah untuk pembangunan.

Pembangunan itu harus direncanakan dan dilaksanakan dengan sebesar-besarnya memanfaatkan potensi sumber daya masyarakat yang ada dan dapat dilaksanakan secara bersama oleh pemerintah-lembaga dan masyarakat. Oleh karena itu, pembangunan ini dapat diupayakan dari atas dan dikembangkan dari bawah.

Pembangunan dari atas yang dikenal dengan model *top down* pada awal sejarahnya, mendominasi dalam program pengembangan yang terstruktur. Model *top down* merupakan proses yang memungkinkan para profesional untuk memberikan kepemimpinan dan layanan yang mendukung rencana pengembangan yang dibuat oleh pihak eksternal. Model ini diterapkan pada **program pengembangan masyarakat yang memerlukan intervensi pembangunan struktural**.

Berbeda dengan pembangunan dari bawah yang dikenal dengan model *bottom up*. Model *bottom up* ini berfokus pada bagaimana seorang da'i dapat mengembangkan orang-orang dalam masyarakat mengarahkan proses pembangunan mereka sendiri. Model ini dimaksudkan untuk **menciptakan kemitraan antara masyarakat dan profesional yang memberi dukungan teknis**.

Konsep Dakwah Bil Hikmah. Berdasarkan konsep Qohtani, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, yang kemudian diperkuat dengan temuan penelitian lapangan bahwa **Dakwah bil Hikmah**, dakwah yang bijaksana, pada pelaksanaannya akan meliputi dua metode dakwah:

- a. Metode dakwah *mauidhah hasanah*, metode dakwah dengan fokus **dakwah satu arah atau monolog** yang dalam ilmu komunikasi setara dan dikategorikan dengan **Komunikasi Penerangan atau Penyiaran**;

- b. Metode dakwah *mujadalah ahsan*, metode dakwah dengan fokus **dakwah dua arah atau dialog** yang dalam ilmu komunikasi setara dan dikategorikan dengan **Komunikasi Penyuluhan**.

Terkait dengan dua model komunikasi pembangunan di atas, maka sesungguhnya kedua model, *top down* dan *bottom up*, di dalamnya mengandung dua metode dakwah bil hikmah itu: *mauidhah hasanah* dengan Komunikasi Penerangan atau Penyiaran dan *mujadalah ahsan* dengan Komunikasi Penyuluhan. Lebih jauh lagi, maka sesungguhnya kedua model itu akan terangkai dalam Model Dakwah yang Ramah yang tahap pelaksanaannya akan meliputi: Pengenalan Umat, Perencanaan Komunikasi Dakwah, Pelaksanaan Komunikasi Dakwah, Penilaian Hasil Komunikasi Dakwah. Model Dakwah ini menjadi ramah oleh karena dakwah yang dilakukan itu didasarkan pada realitas umat, melibatkan umat dan untuk memenuhi kebutuhan umat.

Ketika dua model komunikasi pembangunan berlangsung, model komunikasi pembangunan *top down* dan model komunikasi pembangunan *bottom up*, maka metode dakwah penyiaran dan metode dakwah penyuluhan akan cukup berperan pada kedua model komunikasi pembangunan tersebut, sudah barang tentu dengan porsi yang proporsional. Artinya seorang penyuluh agama akan cukup berperan dalam sebuah proses pembangunan umat manusia. Seorang penyuluh agama akan cukup berperan sejak dari awal sampai akhir sebuah pembangunan dalam **Dakwah yang Memberdayakan** yaitu pada dakwah dengan model pembangunan *bottom up*; sementara seorang penyuluh agama akan memberikan peran yang cukup dan proporsional pada **Dakwah yang Membangun**, yaitu pada dakwah dengan model pembangunan *top down*.

2.1 Dakwah yang Membangun (*Top down*)

Dakwah yang membangun adalah dakwah yang bertujuan membangun sebuah masyarakat kawasan tertentu yang didasarkan diri pada kebijakan dan perencanaan pembangun yang ada. Kebijakan pembangunan apa yang ditargetkan adalah didasarkan pada survei yang dilakukan; berdasarkan kebijakan tersebut kita kemudian masuk ke sebuah tahapan bagaimana perencanaan dan pelaksanaan dakwah akan dilakukan. Model pembangunan ini mempunyai fokus pada: penyediaan kepemimpinan profesional, pelayanan yang mendukung, masyarakat ikut dan dapat akses dengan layanan yang diprogramkan, terjadi perubahan (persepsi-prilaku), dan standar hidup terpenuhi (Theresia, 2015: 30). Secara garis besar dakwah yang membangun ini akan melalui tahapan-tahapan seperti akan didiskripsikan berikut ini:

Pengenalan Umat

Program Pembangunan dan Perencanaan Komunikasi. Komunikasi model *top down* ini didasarkan diri pada program pembangunan yang telah ditetapkan dan ditargetkan oleh pemerintah setempat, oleh sebuah lembaga dakwah atau sebuah lembaga dalam masyarakat atau komunitas. Program tersebut adalah sebuah program yang didasarkan kepada survei yang dilakukan. Berdasarkan program tersebut kemudian dirancang perencanaan komunikasi, bagaimana komunikasi direncanakan agar sebuah program pembangunan dapat dilaksanakan dengan lancar dan dapat diukur keberhasilannya.

Pada proses pengamatan umat, minimal akan melahirkan dua laporan: gambaran umum masalah dan analisis masalah komunikasi, yang dalam konsep Berger dikenal dengan: a). pengetahuan khusus berupa kebutuhan atau masalah apa yang sedang dirasakan masyarakat sehingga kita harus merencanakan pesan komunikasi apa yang harus dipersiapkan; dan b). Pengetahuan umum berupa gambaran potensi komunikasi masyarakat

sehingga kita dapat merencanakan cara komunikasi yang tepat bagi masyarakatnya.

Perencanaan Komunikasi Dakwah

Perencanaan di bidang komunikasi terutama dalam negara berkembang menjadi penting, hal ini dikarenakan: 1). Sarana komunikasi dan **informasi yang terbatas.** 2). Perencanaan komunikasi merupakan **kegiatan yang rasional.** 3). Perencanaan komunikasi merupakan kegiatan pengelolaan **proses penyesuaian diri** dan pemenuhan kebutuhan bagi semua pihak sehingga program baru bisa terwujud dan sekaligus menjadi kebutuhannya (Astrid S Susanto, 1982). Kseluruhan perencanaan komunikasi akan mudah mencapai efektif yang diinginkan dan efisien manakala dirancang Desain Sistem Komunikasi.

Disain Sistem Komunikasi.

Pelaksanaan program kegiatan suatu program pembangunan akan dilakukan dengan didasarkan pada disain sistem yang telah dirancang. Program dapat dilakukan ke dalam empat tahap selama rentang waktu beberapa tahun, misalnya lima tahun. Tahap I dan tahap II akan diselesaikan pada dua tahun pertama; tahap III diselesaikan pada dua tahun kedua; sedangkan tahap IV diselesaikan pada tahun kelima. Adapun rinciannya sebagai berikut:

- a. Pada tahap pertama berupa **Penyadaran** dengan target: terjadi **persamaan persepsi dan penerimaan** suatu program dakwah pembangunan tertentu, misalnya Pengembangan Pariwisata Rohani.
- b. Pada tahap kedua berupa **Adopsi & Aplikasi** dengan target: pengelola telah **membangun** tempat dan membuat paket wisata rohani; sedangkan masyarakat mulai melakukan pariwisata rohani.

- c. Pada tahap ketiga berupa **Pemeliharaan** dengan target: pengelola telah **mengembangkan** wisata rohani secara layak; sedangkan masyarakat mulai mencintai pariwisata rohani.
- d. Pada tahap keempat berupa **Pelebagaan** dengan target: tempat-tempat pariwisata rohani **menjadi pilihan utama** untuk wisata keluarga. Desain sistemsebaiknya dibuat gambar untuk memudahkan dalam langkah kerja.

Pelaksanaan Komunikasi Dakwah

Berdasarkan model Komunikasi Dakwah yang ada, maka kegiatan komunikasi dakwah meliputi komponen berikut: metode komunikasi dakwah, penyampaian pesan dakwah, tema pesan dakwah, dan bentuk komunikasi dakwah.

Pada pelaksanaan model komunikasi dakwah tersebut hal yang utama dan menentukan menurut model yang ada adalah metode komunikasi dakwah seperti nampak pada tabel 2. Sedangkan komponen yang lain dapat mengikuti dan mendukungnya sesuai dengan porsi yang ada dalam model.

Tabel 2. Pelaksanaan Komunikasi Dakwah*

No	Komponen: Langkah:	Metode Dakwah	Bentuk Komunikasi
1	Penyamaan persepsi-langkah	Penyiaran & Penyuluhan	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Antar Persona • Komunikasi Kelompok • Komunikasi Massa
2	Legitimasi	Penyuluhan	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Antar Persona • Komunikasi Kelompok
3	Galang dukungan	Penyiaran	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Massa
4	Aksi dengan tahapan:		
a.	Penyadaran	Penyiaran	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Kelompok

		<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Massa
b. Adopsi & Aplikasi	Penyuluhan	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Antar Persona • Komunikasi Kelompok
c. Pemeliharaan	Penyiaran & Penyuluhan	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Antar Persona • Komunikasi Kelompok • Komunikasi Massa
d. Pelebagaan	Penyuluhan	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Antar Persona • Komunikasi Kelompok

Catatan: * = Menyesuaikan kebutuhan di lapangan.

Penilaian Komunikasi Dakwah

Ketika pengamatan umat telah dilakukan, perencanaan telah dirancang dan langkah pelaksanaan sedang dilakukan, maka kegiatan penilaian atas kerja yang sedang dan telah dikerjakan perlu dipersiapkan dan dikerjakan dengan cermat. Kegiatan penilaian komunikasi dakwah akan meliputi dua langkah: monitoring dan evaluasi. *Monitoring* dilakukan pada masing-masing tahap; sedangkan evaluasi dilakukan pada akhir masa kegiatan pengembangan yang berlangsung selama tahun yang ditetapkan.

2.2 Dakwah yang Memberdayakan (*Buton up*)

Dakwah yang membangun akan berbeda dengan dakwah yang memberdayakan. Ada beberapa hal mendasar yang perlu kita cermati terkait dengan dakwah yang memberdayakan itu di antaranya: 1). Dakwah berlangsung dengan komunikasi partisipatif; 2). Dakwah harus melakukan tahapan kegiatan mengenali umat dengan tahapan yang sedikit rumit tapi asyik, dan 3). Dakwah yang dilakukan harus dapat menemukan kebutuhan umat yang sesungguhnya dan umat dapat melaksanakan program secara mandiri.

2.2.1 Dakwah dengan Komunikasi Partisipatif

Jika komunikasi pada Dakwah yang Membangun kita fokus pada program pembangunan dan perencanaan komunikasi, maka pada komunikasi Dakwah yang Memberdayakan kita akan fokus pada pengembangan komunikasi partisipatif, yang juga bisa disebut dengan dakwah partisipatif. Dakwah partisipatif dalam prakteknya dapat memanfaatkan model-model komunikasi pembangunan partisipatif yang ada seperti PRA (*Participatory Rural Appraisal*) sebuah penilaian pedesaan partisipatif, PLA (*Participatory Learning and Action*) sebuah pendekatan belajar dan praktek partisipatif dan PRCA (*Participatory Rural Communication Appraisal*) sebuah kajian komunikasi pedesaan secara partisipatif. PRCA merupakan perpaduan dua pendekatan partisipatif di atas, PRA dan PLA (Anyaeibunam, 2004).

PRCA misalnya, adalah merupakan metode penelitian, kajian, pengamatan komunikasi yang memanfaatkan teknik visualisasi berbasis lapangan, wawancara dan kelompok-kerja. PRCA digunakan untuk menghasilkan informasi guna mendesain program komunikasi yang efektif, bahan, media dan metode untuk tujuan pembangunan. Metode tersebut menjamin relevansi dan kepemilikan program oleh masyarakat. Aplikasi pada Model Dakwah Pembangunan, sudah barang tentu model komunikasi tersebut dilakukan beberapa penyesuaian dengan Model Dakwah Pembangunan yang telah ada.

Konsep PRCA. PRCA sebagai metode kajian komunikasi, kajian ini berusaha memfasilitasi dialog antara masyarakat setempat serta antara mereka dan pekerja pembangunan, penyuluh atau da'i agar semua pihak mencapai saling pengertian dan suatu rencana untuk bertindak.

PRCA dibangun dengan komunikasi sebagai proses interaktif yang ditandai dengan pertukaran ide, informasi, sudut pandang dan pengalaman

antara orang dan kelompok. Dalam PRCA, komunikasi adalah proses dua arah di mana semua orang dipandang sebagai **sumber informasi yang penting dan sumber ide-ide yang layak disimak**. Ini adalah proses di mana **semua peserta memutuskan tindakan bersama-sama**. Dalam konteks pembangunan, pandangan ini memperhatikan dalam hal komunikasi bahwa **semua pelaku adalah sama** (Anyaeibunam, 2004).

2.2.2 Tahapan Kegiatan Mengenal Umat

Kegiatan PRCA dapat berlangsung dengan beberapa tahapan: pembukaan; mengenal lebih banyak masyarakat; menggali data isu-isu komunikasi; dan menggali data keyakinan serta pengetahuan masyarakat. Rincian kegiatan yang dalam tahapan itu adalah sebagai berikut:

- Pembukaan akan meliputi: perkenalan, pemanasan dan penyemangatan.
- Mengenal lebih banyak masyarakat akan mencoba menggali data geografis misalnya dengan alat dan teknik: Peta dan Transk; Data waktu misalnya Garis waktu, Tren waktu dan Kalender musim.
- Menggali data isu-isu komunikasi akan berusaha: mengungkap persepsi masyarakat misalnya dengan alat dan teknik: FGD, *pohon masalah* dan *jendela persepsi*; juga dapat memanfaatkan peran pemimpin seperti: *model* dan *trendsetter*.
- Menggali data keyakinan & pengetahuan masyarakat misalnya dengan alat dan teknik: wawancara dan observasi.

Pada akhir kegiatan, semua bahan yang dihasilkan dengan alat dan teknik PRCA nantinya harus dibiarkan ditinggal bersama masyarakat. Tim PRCA harus membuat salinan untuk mereka gunakan sendiri (Anyaeibunam, 2004).

2.2.3 Menemukan Kebutuhan Umat dan Melaksanakan Program

Semua alat-alat dan teknik PRCA mengandung elemen spesifik yang menunjuk kepada penemuan kebutuhan umat. Berdasarkan kegiatan pengenalan umat yang dilakukan, maka kebutuhan umat akan ditemukan dan dituangkan dalam rumusan NOPS masyarakat-umat. NOPS meliputi dan dituangkan dalam rumusan NOPS masyarakat-umat. NOPS meliputi *Needs* (kebutuhan), *Opportunities* (peluang), *Problems* (masalah) dan *Solutions* (solusi). Meskipun NOPS tidak mungkin sepenuhnya diperoleh secara rinci, namun bagaimana alat dan teknik itu bisa dapat mengungkapkan kebutuhan, peluang, masalah dan solusi serta kekuatan, kelemahan, dan ancaman yang ada dalam masyarakat (Anyaegebunam, 2004).

Berdasarkan temuan informasi mengenai realitas masyarakat yang berupa NOPS, maka kemudian masyarakat bersama seorang da'i penggerak pembangunan akan berusaha merumuskan PROGRAM pembangunan yang berusaha membangun diri, masyarakat dan lingkungannya. Masyarakat dengan programnya terus bergerak melaksanakan pembangunan dengan tetap didampingi oleh seorang da'i pembangunan. Program ini dapat berlangsung dalam masyarakat dengan lancarsebagaimana mereka usahakan.

Namun demikian, program tersebut dapat dilanjutkan dengan merancang dan dilaksanakan dengan cara mengkombinasikan dengan Model Dakwah Yang Membangun (*Top down*). Dengan model ini, maka NOPS yang telah dirumuskan itu menjadi bagian dari tahapan awal (1) berupa tahap pengenalan umat. Tahapan berikutnya adalah bagaimana NOPS yang telah diketahui dan ditetapkan itu kemudian dikomunikasikan kepada umat (masyarakat) agar terwujud menjadi kenyataan. Tahapan-tahapan kegiatannya adalah: (2) perencanaan komunikasi dakwah; (3) Pelaksanaan Komunikasi Dakwah; (4) Penilaian Komunikasi Dakwah, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya.

Daftar Pustaka

- Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahnya*. Departemen Agama RI. Jakarta.
- Anyaegebunam, C., Mephalopolos, P., and Mustsabi, T. (2004). *Participatory Rural Communication Appraisal*. FAO UN. Rome.
- Austrid, S. S. (1982). *Komunikasi Kontemporer*. Binacipta. Bandung.
- Aziz, J.A.A. (1997). *Ad-Da'wah, Qawa'id wa Ushul*, Terjemah Abdus Salam Masykur: "Fihud Dakwah, Prinsip dan Kaidah Asasi Da'wah Islam". Citra Islami Press. Solo.
- Devito, J. A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia*, Edisi kelima. Professional Books. Jakarta.
- Effendy, O. U. (1986). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Remaja Karya. Bandung.
- Ghazali, H. I. (2013). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 21.0*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jahi, A. (1993). *Media Siaran dalam Pembangunan Pedesaan di Negara-negara Dunia Ketiga*, dalam "Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-negara Dunia Ketiga", disunting oleh Amri Jahi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Mardikanto, T. (1993). *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. Sebelas Maret University. Press. Surakarta.
- Qulthani, S. A. (1994). *al-Hikmah fi Da'wah ila Allah Ta'ala*. Terjemah Masykur Hakim: "Da'wah Islam da'wah Bijak". Gema Insani Press. Jakarta.
- Shihab, M.Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Lentera Hati. Jakarta.
- Subejo. (2012). *Bahan Kuliah Dasar-dasar Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian*. Fakultas Pertanian UGM. Yogyakarta.
- Suisyanto. (2006). *Pengantar Filsafat Dakwah*. Teras. Jogjakarta.
- Theresia, A., Dkk. (2015). *Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Alfabeta. Bandung.
- Zulfikar, E. unxylife.blogspot.com/2011/10/ilmu_penerangan.html (Diakses: 12 Januari 2013).