

PENGEMBANGAN DAKWAH PONDOK PESANTREN NURUL UMMAH

KOTAGEDE YOGYAKARTA



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu Komunikasi Islam (S. Kom. I)

Disusun oleh :

BUDI HENDRIARTO

NIM : 06210032

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2011



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Dakwah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Budi Hendriarto

NIM : 06210032

Judul Skripsi : Pengembangan Dakwah Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Komunikasi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 1 Maret 2011

Pembimbing,

Drs. H. M. Kholili, M. Si.

NIP. 1959048 198503 1 005

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Budi Hendriarto
NIM : 06210032
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya serupa yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan skripsi saya ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan meniru dari skripsi karya orang lain

Yogyakarta, 14 Maret 2011

Yang menyatakan



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Budi Hendriarto".

Budi Hendriarto
NIM. 06210032



KEMENTERIAN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274)
552230 Yogyakarta 55221

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/437/2011

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

PENGEMBANGAN DAKWAH PONDOK PESANTREN NURUL UMMAH KOTAGEDE YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Budi Hendriarto
Nomor Induk Mahasiswa : 06210032
Telah dimunaqasyahkan pada : Kamis, 10 Maret 2011
Nilai Munaqasyah : B- (tujuh puluh empat koma enam)
dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga.

TIM MUNAQASYAH

Pembimbing

Drs. HM Kholili, M.Si.
NIP. 19590408n198503 1005

Penguji I

Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP 19680103 188593 1 001

Penguji II

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP. 19710328 199703 2 001

Yogyakarta, 17 Maret 2011

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Fakultas Dakwah

Dekan



Prof. Dr. H. M. Bahri Ghazali, MA

NIP. 19561223 198503 1 002

Motto

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya :

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.

(Q.S. An-Nahl :125)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Ayahanda dan Ibunda yang tercinta
Pengasuh PP. Nurul Ummah Kotagede
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB : I PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Istilah.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Telaah Pustaka	9
G. Kerangka teoritik	11
H. Metode Penelitian	37
I. Sistematika Pembahasan	42

BAB : II GAMBARAN UMUM PONDOK PESANTREN

NURUL UMMAH.....	44
A. Gambaran Umum.....	44
1. Sejarah Berdirinya	45
2. Data Santri Pesantren Nurul Ummah.....	50
3. Pengasuh (Kiai/Nyai), Yayasan, Dewan Syuro, Pengurus (Asatidz/ah) Pesantren Nurul Ummah	52
B. Struktur, Tugas pengurus Pondok Pesantren Nurul Ummah	55
C. Dasar dan tujuan pondok pesantren nurul ummah.....	64

BAB : III ANALISIS PENGEMBANGAN DAKWAH PONDOK PESANTREN NURUL UMMAH KOTAGEDE

YOGYAKARTA	66
A. Dakwah yang dikembangkan pada Pondok Pesantren Nurul Ummah.....	66
B. Target yang ingin dicapai Pondok Pesantren	68
C. Pengembangan Dakwah	73
1. Perencanaan komunikasi.....	73
2. Implementasi	90
3. Evaluasi.....	94
4. Faktor pendukung dan penghambat.....	95

BAB : IV PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran-saran	100
C. Penutup	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

ABSTRAKSI

Budi Hendriarto, Pengembangan adalah faktor yang penting bagi perkembangan hidup manusia sebagai makhluk sosial. Tanpa pengembangan makhluk hidup tidak mungkin dapat berkembang normal dalam lingkungan sosial. Oleh karena itu tak ada individu yang dapat berkembang tanpa berkomunikasi dengan manusia lainnya. Pesantren pada saat ini memang sedang berkembang pesat, tidak hanya di daerah-daerah tetapi juga di kota-kota besar yang sebagian besar masyarakatnya adalah remaja gaul yang menganut paham bebas serta kurang memperhatikan norma-norma yang ada dan cenderung melupakan hukum-hukum Islam. Dalam rangka ikut memberikan kontribusi terhadap situasi yang semacam itu, pesantren diharapkan menjadi sebuah lembaga pendidikan dakwah yang bisa membantu memperbaiki keterpurukan akhlak dalam masyarakat modern.

Pesantren juga diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap lahirnya khasanah intelektual-intelektual muslim. Peranan pesantren tidak hanya pada dataran sosial religius, tetapi juga sebagai upaya untuk menciptakan masyarakat intelektual pesantren yang mampu mandiri. Sebagai kilas balik di daerah penjajahan dulu, dengan sifat kebersamaannya ternyata pesantren terbukti berhasil menjadikan Indonesia sebagai negara yang disegani para kolonial dan pesantren mengalami kejayaan pada masanya sebagai salah satu wadah yang melahirkan pejuang-pejuang kemerdekaan.

Hingga di era sekarang ini, pesantren tetap ikut memberikan pengembangan dalam menciptakan masyarakat yang berbudaya yaitu dengan jalan mengarahkan ummat pada sisi religiusnya. Oleh karenanya pesantren tidak bisa diabaikan ketika kita berbicara masalah sosial masyarakat, terlebih masyarakat Indonesia yang sangat beragam.

Peranan pesantren dalam mengembangkan dakwahnya telah dijadikan alat untuk mengilhami kemampuan berfikir masyarakat, santri dan juga menjadikan pengembangan dakwahnya tersebut sebagai media penyampaian tentang pemahaman keilmuan yang dipelajari, dengan tujuan menciptakan tatanan masyarakat santri yang berjiwa ilahiyah dan berakhlakul karimah.

Pembentukan pola pikir dan perilaku santri ini sangat tergantung pada pengembangan dakwah yang telah diaplikasikan oleh lembaga yang bernama pesantren, maka wajar kiranya jika ada asumsi masyarakat yang mengkaitkan bahwa pola pikir santri identik dengan penyampaiannya yang dikembangkan oleh pesantren sebagai lembaga pendidikan dan pengkaderan umat.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam memahami skripsi yang berjudul "**Pengembangan Dakwah Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta**", maka penulis merasa sangat perlu memberi batasan-batasan terhadap judul tersebut, khususnya terhadap istilah yang ada di dalamnya, yaitu :

1. Pengembangan

Pengembangan merupakan proses, cara perbuatan, mengembangkan.¹ Pengembangan berarti membina, meningkatkan kualitas.² Dengan demikian, pengembangan dapat dimengerti sebagai suatu proses dalam organisasi yang difokuskan pada peningkatan kemampuan melaksanakan tugas baru untuk mewujudkan eksistensi suatu berdakwah yang lebih baik di masa datang.

2. Dakwah

Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan lain sebagainya yang dilakukan secara dan sederhana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap

¹ Pusat Bahasa Depdiknas, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 2001, Edisi 3), Hal. 1092

² Ibid, Hal. 536

ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.³

Pada dasarnya dakwah berfungsi merencanakan dan memanajemen proses menyampaikan dakwah kepada orang lain untuk kemudian orang tersebut melakukan apa yang dimaksudkan oleh komunikan yang bersumber pada Al-Qur'an dan Al-Sunnah.

Sedangkan Dakwah sebagaimana menurut bahasa arab nya, ajakan, seruan, panggilan yaitu suatu cara dari ilmu pengetahuan yang mengajarkan teknik dan seni menarik perhatian orang lain guna mengikuti ideology dan perbuatan tertentu. Dakwah adalah ajakan, seruan, panggilan yang dilakukan tanpa paksaan untuk membawa manusia ke arah yang lebih baik sesuai dengan keridhaan Allah SWT. Allah telah mewajibkan manusia untuk ber dakwah sebagaimana dalam firman-Nya Q.S. Ali-Imron: 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : *“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh yang ma’aruf dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.”*

3. Pondok Pesantren Nurul Ummah

Pondok Pesantren Nurul Ummah adalah pondok pesantren yang ditinjau dari lembaga pendidikan merupakan lembaga pendidikan modern

³ M.Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), hlm. 6

yang didirikan pada tahun 1986, oleh seorang Kiai Asyhari Marzuqi sebagai pengasuh pondok pesantren nurul ummah kotagede. Pondok pesantren ini terletak di kelurahan Prenggan Kecamatan Kotagede Kabupaten D.I.Yogyakarta.⁴

Jadi yang dimaksud dengan judul "Pengembangan Dakwah Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta" adalah pengembangan dakwah yang berfungsi sebagai mengembangkan, membina, diskusi atau pendidikan di pondok pesantren nurul ummah kotagede. Pengembangan dakwah ini dilakukan oleh santri dengan pengurus terhadap pondok pesantren nurul ummah kotagede tersebut dan diperankan dengan model serta bentuk pengembangan dakwah dalam aktivitas yang dilakukannya.

B. Latar Belakang

Pengembangan adalah faktor yang penting bagi perkembangan hidup manusia sebagai makhluk sosial. Tanpa pengembangan makhluk hidup tidak mungkin dapat berkembang normal dalam lingkungan sosial. Oleh karena itu tak ada individu yang dapat berkembang tanpa berkomunikasi dengan manusia lainnya. Pesantren pada saat ini memang sedang berkembang pesat, tidak hanya di daerah-daerah tetapi juga di kota kota besar yang sebagian besar masyarakatnya adalah remaja gaul yang menganut paham bebas serta kurang memperhatikan norma-norma yang ada dan cenderung melupakan hukum-hukum islam. Dalam rangka ikut memberikan kontribusi terhadap situasi yang

⁴ Tim Biografi, Al- Maghfurlah KH. Asyhari Marzuqi, *Mata Air Keikhlasan*, Yogyakarta, Nurma Media Idea, 2009, hal. 86.

semacam itu, pesantren diharapkan menjadi sebuah lembaga pendidikan dakwah yang bisa membantu memperbaiki keterpurukan akhlak dalam masyarakat modern.

Pesantren juga diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap lahirnya khasanah intelektual-intelektual muslim. Peranan pesantren tidak hanya pada dataran sosial religius, tetapi juga sebagai upaya untuk menciptakan masyarakat intelektual pesantren yang mampu mandiri. Sebagai kilas balik didaerah penjajahan dulu, dengan sifat kebersamaannya ternyata pesantren terbukti berhasil menjadikan indonesia sebagai negara yang disegani para kolonial dan pesantren mengalami kejayaan pada masanya sebagai salah satu wadah yang melahirkan pejuang-pejuang kemerdekaan.

Hingga di era sekarang ini, pesantren tetap ikut memberikan pengembangan dalam menciptakan masyarakat yang berbudaya yaitu dengan jalan mengarahkan ummat pada sisi religiusnya. Oleh karenanya pesantren tidak bisa diabaikan ketika kita berbicara masalah sosial masyarakat, terlebih masyarakat Indonesia yang sangat beragam.

Peranan pesantren dalam mengembangkan dakwahnya telah dijadikan alat untuk mengilhami kemampuan berfikir masyarakat, santri dan juga menjadikan pengembangan dakwahnya tersebut sebagai media penyampaian tentang pemahaman keilmuan yang di pelajari, dengan tujuan menciptakan tatanan masyarakat santri yang berjiwa illahiyah dan berakhlakul karimah.

Pembentukan pola pikir dan perilaku santri ini sangat tergantung pada pengembangan dakwah yang telah diaplikasikan oleh lembaga yang bernama

pesantren, maka wajar kiranya jika ada asumsi masyarakat yang mengkaitkan bahwa pola pikir santri identik dengan penyampaiannya yang dikembangkan oleh pesantren sebagai lembaga pendidikan dan pengkaderan umat.

Dengan tidak melepaskan ajaran-ajaran yang disampaikan sebagai sebuah penguatan identitas, lembaga pesantren diharapkan mampu menatap realitas kehidupan yang dalam setiap periode mengalami perubahan baik dari segi ilmu agama antara lain fiqih, mawaris, pemahaman Al-Qur'an dan lain sebagainya. Maka dalam konteks ini pengembangan dakwah pesantren sangat mempengaruhi, apalagi bila diarahkan dengan tujuan menerapkan konsep-konsep islam.

Dengan pengembangan dakwah manusia dapat mengekspresikan dirinya, membentuk jaringan interaksi sosial. Para pakar pengembangan dakwah sepakat dengan para psikolog bahwa kegagalan berkomunikasi dapat berakibat fatal baik secara individual maupun sosial. Secara sosial, akan menghambat saling pengertian, kerjasama, toleransi dan merintangi pelaksanaan norma-norma sosial.⁵ Berdasarkan hal diatas dapat dimengerti bahwa manusia butuh pengembangan.

Upaya-upaya pengembangan dakwah pesantren untuk menuju pengkaderan santri yang berpotensi, diperlukan pengembangan yang matang sehingga output dari lembaga pesantren dapat diandalkan atau setidaknya dapat mengetahui lebih pola-pola yang dikembangkan dalam proses transformasi materi keilmuan untuk menciptakan dan memperdayakan potensi

⁵ Jalalludin Rahmat, *Islam Aktual*, (Bandung Mizzen, 1999), hal.77

tersebut. Maka tidak heran ketika pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan dan dakwah berubah haluan dalam mengelola dan mendidik para santrinya, dari yang dulu bersifat konservatif menjadi bervariasi sesuai dengan perkembangan zaman.

Secara umum, pengembangan dianggap sebagai hal yang biasa, padahal pengembangan merupakan faktor yang fundamental. Hal ini berlaku pada semua tingkatan. Dalam dunia pesantren yang memiliki struktur organisasi, kegiatan perencanaan, menggerakkan, memimpin dan mengkoordinir tidak bisa lepas dari pengembangan dakwah.

Pondok pesantren adalah suatu lembaga pendidikan sekaligus pengkaderan tradisional yang khas dan unik, pesantren juga mempunyai subkultur yang berbeda dengan masyarakat pada umumnya, pengembangan pesantren biasanya ditandai oleh sejumlah perangkat yang terjalin dalam kehidupannya. Setidaknya dua perangkat yang menjadi ciri umum lembaga ini yaitu Kiyai yang berperan sebagai sumber penyerapan ilmu dan pembimbing, dan kedua adalah santri sebagai penimba bimbingan.⁶

Kehidupan pesantren di mana santri bersedia melakukan segenap perintah Kiyai (pengasuh) guna memperoleh "*barokah ilmunya*" akan memberi bekas yang mendalam pada jiwa seorang santri yang sedang menuntut ilmu di pondok pesantren. Bekas ini pulalah yang pada gilirannya nanti akan membentuk sikapnya yang akan dibawa ke dalam kehidupan masyarakat luas, sudah pasti merupakan pilihan ideal pada kondisi serba

⁶ Dudung Abdurrahman, *Jurnal Penelitian Agama*, No.19 Th.IV Januari-April 1999, hal.8.

tradisional ini.⁷ Di sinilah letak daya tarik yang besar dari pesantren, hingga para orang tua masih cukup banyak yang bersedia mengirim putra-putrinya mereka untuk belajar di pondok pesantren.

Berkait dengan itu penulis mengangkat tema pembahasan pengembangan dakwah pondok pesantren antara pengurus terhadap santri, pengembangan dakwah pada saat pengajian bandongan ba'da isya dan ba'da subuh secara bersama. Diharapkan dengan itu akan terbentuk suasana kondusif untuk menciptakan keharmonisan antara Kiyai dengan santri bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan etika masyarakat. Sebab selama ini anggapan yang berkembang di publik adalah santri sering pasif atau diam terhadap apapun yang diperintahkan Kiyai atau pengurus pondok. Para santri tidak berani menyampaikan pendapatnya baik dalam acara formal maupun nonformal. Para santri khawatir akan kualat bila berani mengkritisi atau berbeda pendapat dengan Kiyainya atau pengurusnya. Begitu juga dari sisi kiyai dan pengurus cenderung kurang memotivasi para santrinya untuk berani mengeluarkan pendapat.

Pengembangan santri dengan pengurus pada umumnya berlangsung di dalam pondok pesantren. Dalam hal ini pesantren menjadi sebuah komunitas yang memiliki norma-norma sistem administrasi tersendiri.

Pada umumnya pondok pesantren adalah paham tentang NU(Nahdlatul Ulama) dan selalu dibawah tanggung jawab Kiyai pengasuh pondok pesantren dan pengurus. Akan tetapi lain dengan Pondok Pesantren Nurul Ummah

⁷ Abdurrahman Wahid, *Menggerakkan Tradisi Esai-esai Pesantren*, (Yogyakarta, LKIS,2001), hal.16

Kotagede adalah pondok pesantren ini di bawah tanggung jawab kerja sama dengan yayasan bina putra, sebagaimana pondok pesantren lainnya di Indonesia yang memiliki sistem nilai yang sesuai dengan pemahaman ilmu agama di pondok pesantren nurul ummah kotagede.

C. Rumusan Masalah

Untuk memberi penjelasan-penjelasan terhadap persoalan mengenai strategi komunikasi Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede dalam Dakwah (sebagai obyek penelitian), maka saya membuat rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimanakah Pengembangan Dakwah Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengembangan dakwah Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan pengembangan dakwah pengurus terhadap santri pondok pesantren nurul ummah kotagede Yogyakarta.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dapat diharapkan kegunaan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan akan menambah khasanah keilmuan untuk pengembangan ilmu dakwah.
2. Untuk menambah wawasan di bidang dakwah khususnya bagi pondok pesantren nurul ummah kotagede yogyakarta.
3. Untuk dapat dijadikan dasar dalam usaha meningkatkan dan mengembangkan pengembangan dakwah Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta.

F. Telaah Pustaka

Untuk mengetahui apa yang sudah dan belum diteliti berkaitan dengan topik pembahasan dalam penulisan skripsi ini serta memberikan gambaran lebih menyeluruh mengenai perbagai variasi perilaku atau fenomena dalam topik penelitian maka perlu adanya telaah pustaka guna memberikan batasan dalam spesifikasi rumusan masalah.⁸ Dalam hal ini penulis menelaah berbagai karya penelitian yang berkaitan dengan lembaga pesantren dalam meningkatkan dakwah terhadap agama. Penelitian tentang pondok pesantren sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya seperti yang pernah dilakukan diantaranya: saudari Ari Pusaparini dalam skripsinya, "*Strategi Komunikasi Dakwah Pondok Pesantren Aji Misbahudh Dholam Dalam*

⁸ Setiawan Jauhari, "Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, Disertasi", (Bandung: Rama Widya, 2001), hlm.55.

Pembentukan Pengamalan Shalat dan Akhlak Remaja Di Desa Ngargosoka Srumbung Magelang”, penelitian ini memfokuskan pada bagaimana strategi komunikasi dalam dakwah yang meliputi profil dan komunikator, media yang digunakan, pesan yang disampaikan, efek dari komunikasi yang ditimbulkan dan sasaran dituju atau komunikan. Subyek dalam penelitian ini adalah pengurus dan santri yang ikut berpartisipasi dalam aktivitas komunikasi dalam dakwah di lingkungan pondok pesantren. Sedangkan obyeknya adalah strategi komunikasi dalam dakwah di pondok pesantren nurul ummah kotagede. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan interview bebas, observasi dan dokumentasi. Sedangkan metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan pola pikir induktif yaitu berawal dari fakta-fakta yang khas menuju hal-hal yang lebih umum. Metode keabsahan data yang dipakai dengan standar kredibilitas, standar dependabilitas dan standar konfirmabilitas.

Penelitian lain dilakukan oleh saudara Wahyu Fakhruddin dalam skripsinya yang berjudul “*Strategi Dakwah Pesantren Virtual di Internet*”. Penelitian ini mengambil rumusan masalah, bagaimana strategi dakwah pesantren virtual dalam pelaksanaan dakwah melalui internet. Pengambilan data yang dilakukan dengan menggunakan interview, dokumentasi. Subyek dalam penelitian ini adalah pesantren virtual yang didalamnya terdapat pengurus yang terlibat kegiatan untuk melakukan dakwah di internet sedang obyeknya adalah strategi dakwah pesantren dalam menyebarkan informasi-informasi keagamaan pada jaringan internet. Adapun metode analisis data

dalam penelitian ini deskriptif kualitatif. Dalam memberikan laporan penelitian melakukan penafsiran yang diklasifikasikan sebelumnya yang kemudian digunakan untuk merumuskan sebuah kesimpulan hasil dari penelitian ini.

G. Kerangka Teoritik

Salah satu kegiatan santri, yaitu melatih khitobah dan pidato 4 bahasa karena agar semua santri bisa berpidato maupun khitobah di dalam pondok pesantren yang saat ini sebagai bekal para santri untuk menyampaikan dakwahnya yang akan menghadapi ditengah masyarakat sekitarnya. Untuk para pengurus pondok pesantren membuat pengembangan dakwahnya untuk para santri agar nantinya santri-santri yang keluar dari pondok pesantren bisa mengamalkan ilmunya kepada masyarakat.

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah adalah mengajak dan mengenalkan manusia, agar menaati ajaran Allah (Islam), termasuk *amar ma'ruf nahi munkar* untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan di akhirat.⁹ Sementara bagi H. Sukriyanto, dakwah adalah ajakan atau seruan untuk mengajak kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran dan nilai-nilai Islam. Bagi yang belum Islam diajak menjadi muslim dan bagi yang sudah Islam diajak

⁹ H. Masdar Hilmy, *Dakwah dalam Alam Pembangunan*, (Semarang: CV Thoha Putra, 1973), hlm. 25.

menyempurnakan keislamannya. Bagi yang sudah mendalam didorong untuk mengamalkannya dan menyebarkannya.¹⁰

Dakwah sebagaimana menurut bahasa arabnya, ajakan, seruan, panggilan yaitu suatu cara dari ilmu pengetahuan yang mengajarkan teknik dan seni menarik perhatian orang lain guna mengikuti ideology dan perbuatan tertentu. Dakwah adalah ajakan, seruan, panggilan yang dilakukan tanpa paksaan untuk membawa manusia ke arah yang lebih baik sesuai dengan keridhaan Alloh SWT. Alloh telah mewajibkan manusia untuk berdakwah sebagaimana dalam firman-Nya.

Q.S. Ali-Imron: 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan ummat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh yang ma’aruf dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

¹⁰ Andy Dermawan, dkk, *Metodologi Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Lesfi, 2002), hlm. 682.

b. Dasar-Dasar Kewajiban Berdakwah Setiap Para Muslim

1) Al-Qur'an

Surat An-Nahl ayat: 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُم بِآلَتِي
 هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ
 بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: 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.

2) Al-Hadits

Artinya : “Barang siapa di antara kamu melihat kemungkaran, maka hendaklah ia mengubahnya / mencegahnya dengan tangannya, apabila ia tidak sanggup, maka dengan lidahnya, apabila ia kuasa maka dengan hatinya, dan itu selemah-lemahnya iman.” (HR. Muslim)¹¹

¹¹ Agus Toha Kuswata dan Kuswara S. , Op.Cit., hlm. 15

Pengembangan dalam hubungannya dengan dakwah dilakukan untuk mencapai tiga hal pokok yang terpenting dari tujuan-tujuan dakwah diantaranya :

- a) Mengajak manusia seluruhnya untuk menyembah Allah Yang Maha Esa, tanpa mempersekutukannya dengan sesuatu pun, dan tidak pula ber-Tuhan kepada selain Allah.
- b) Mengajak kaum muslimin untuk ikhlas beragama karena Allah, menjaga agar perbuatan jangan bertentangan dengan iman.
- c) Mengajak manusia untuk menerapkan hukum Allah yang akan mewujudkan kesejahteraan dan keselamatan bagi umat muslim seluruhnya.

2. Tinjauan Tentang Pengembangan Dakwah

a. Pengertian Tentang Pengembangan Dakwah

Pengembangan dakwah berfungsi merencanakan dan memanajemen proses menyampaikan dakwah kepada orang lain untuk kemudian orang tersebut melakukan apa yang dimaksudkan oleh komunikasi yang bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah.

Dakwah sebagaimana menurut bahasa arabnya, ajakan, seruan, panggilan yaitu suatu cara dari ilmu pengetahuan yang mengajarkan teknik dan seni menarik perhatian orang lain guna mengikuti ideology dan perbuatan tertentu. Dakwah adalah ajakan, seruan, panggilan yang dilakukan tanpa paksaan untuk membawa manusia ke arah yang lebih baik sesuai dengan keridhaan Alloh SWT.

b. Unsur-Unsur Dakwah

Sebuah kegiatan tidak akan dapat terlaksana tanpa terpenuhinya unsur-unsur. Dalam kegiatan dakwah pun berdemikian, memiliki beberapa unsur yang harus dipenuhi.

Beberapa unsur yang ada dalam kegiatan dakwah adalah :

- 1) Da'i (Pelaku Dakwah) adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok atau lewat organisasi atau lembaga.¹² Berdasarkan pengertian da'i di atas sebenarnya setiap orang orang adalah da'i, asalkan bisa melaksanakan dakwah. Hal ini karena tidak diisyaratkan seorang da'i harus bisa berpidato, menulis, ataupun keahlian lainnya. Hanya cukup dengan satu metode saja sudah cukup.

Selain itu seorang da'i juga tidak harus terorganisasi juga tidak harus individualis. Semuanya dapat dilaksanakan sesuai dengan kelayakan serta kemampuan yang ada pada dirinya. Hendaknya orang yang berdakwah memperhatikan kondisi objek dakwahnya, sehingga dia bisa memilih cara yang paling baik untuk objek tersebut, karena dengan cara berdakwah untuk orang awam tidak sama dengan cara berdakwah kepada para pembesar. Artinya agar para da'i berbicara dengan objek dakwahnya sesuai dengan

¹² M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta :Prenada Media, 2006), hlm.21

pemahaman mereka dan menggunakan bahasa sesuai dengan yang mereka pahami.¹³ Dengan demikian maka akan terjadi komunikasi kedua belah pihak dengan baik.

2) Mad'u (Penerima Dakwah)

Sebagaimana dalam pembahasan di atas, objek (penerima) dakwah adalah beragam. Objek dakwah ini dapat dikata juga dengan istilah mad'u. Penerima dakwah adalah manusia, baik seorang atau lebih yaitu masyarakat. Pemahaman mengenai masyarakat bisa beragam tergantung dari cara memandangnya.¹⁴

3) Maddah (Materi Dakwah)

Materi dakwah merupakan isi atau *content* yang disampaikan seorang da'i kepada mad'u. Materi ini sangat beragam, ada yang materi berat (untuk mad'u yang sudah mempunyai keilmuan serta keimanan yang tinggi), sedang dan menengah ke bawah. Materi-materi dakwah bersumber dari pokok dalam ajaran agama islam, Al-Qur'an dan As-Sunnah. Diantara maddah adalah materi akidah kepada Allah SWT. Sebagai Tuhan semesta alam yang wahid, syariah dan akhlak. Tentu dari setiap item ini mempunyai cabang-cabang ilmu yang bisa di kembangkan oleh seorang cendekiawan juga da'i sendiri.

¹³ Abdul Aziz Bin Fathi As-Syyaid Nada, *Ensiklopedia Etika Islam, begini Semestinya Muslim Berpilaku*, Alih Bahasa Muhammad Isnaini, Dumyati, Zaenal Arifin, Fauzan, (Jakarta: Maghfiroh Pustaka, 2005), hlm.134.

¹⁴ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Logos Wacana Ilmu, 1997), hlm. 35.

Yang paling penting dari materi dakwah yaitu jangan semata-mata hanya berbicara tentang persoalan apa yang dilarang atau dibenarkan oleh agama saja, akan tetapi dakwah harus pula mampu melihat cakrawala persoalan dan wawasan global.¹⁵ Cara ini akan sangat membantu seorang da'i dapat diterima bagi mad'unya, karena dengan demikian seorang da'i dapat mengikuti perkembangan zaman dan dapat merelevansikan agama Islam sesuai dengan perkembangan zaman.

4) Wasilah (Media Dakwah)

Media dakwah merupakan sebuah alat untuk menyampaikan materi-materi dakwah. Pada zaman modern ini banyak alat yang digunakan seperti televisi, radio, video, kaset rekaman, majalah, surat kabar, dengan optimal mungkin sesuai dengan kebutuhannya untuk mencapai efektivitas dan afisiensi dakwah semaksimal mungkin.¹⁶

5) Thariqah (Metode Dakwah)

Metode dakwah merupakan cara atau jalan yang dipakai seorang da'i untuk menyampaikan materi yang didakwahkan. Dalam menyampaikan pesan dakwah, metode sangat penting perannya, karena suatu pesan walaupun baik tetapi disampaikan lewat metode

¹⁵ Sutirman Eka Ardana, *Jurnalistik Dakwah*, (Yogyakarta :Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 19.

¹⁶ Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam :Teknik Dakwah dan Leadership*, (Bandung :CV Diponegoro, 1992), hlm. 47.

yang tidak benar, maka bisa saja pesan tersebut ditolak oleh mad'u.¹⁷

c. Pengembangan Dakwah

1) Pengertian pengembangan dakwah

Pengembangan dakwah adalah kegiatan yang layak dikerjakan untuk melancarkan pengembangan dakwah. Pengembangan Dakwah yaitu paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi. Pengembangan dakwah adalah kegiatan komunikator untuk menyampaikan pesan pada komunikan. Pengembangan dalam kamus bahasa Indonesia kontemporer adalah rencana cermat tentang suatu kegiatan guna meraih suatu target atau sasaran.¹⁸ Menurut Onong Uchjana Effendi hakikat strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan.¹⁹ Yang dimaksudkan dalam strategi komunikasi dalam penelitian ini adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management communication*) untuk mencapai tujuan dakwah islam.

¹⁷ Wardi Bachtiar, *Op Cit*, hlm. 36.

¹⁸ Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, edisi 1 (Jakarta :Moderen English Press, 1991), hlm. 1463

¹⁹ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1992), hlm. 29

Menurut Arifin dalam merumuskan pengembangan dakwah ada lima faktor yang harus diperhatikan, yaitu :²⁰

a) Pengenalan Khalayak

Khalayak adalah orang yang akan menerima, memahami dan menerjemahkan pesan yang disampaikan dalam pengembangan dakwah. Dalam hal ini khalayak bukanlah pihak yang pasif, sehingga perlu diperhatikan beberapa faktor yang akan berpengaruh pada tercapainya tujuan komunikasi. Sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja saling berhubungan, tetapi juga saling mempengaruhi. Dalam proses pengembangan dakwah, baik komunikator maupun khalayak mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa kesamaan kepentingan, pengembangan dakwah tidak mungkin berlangsung. Justru itu untuk berlangsungnya suatu komunikasi dan tercapainya hasil yang positif, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media, untuk menciptakan persamaan kepentingan para santri.

b) Penyusunan Pesan

Dalam kenyataannya, khalayak ditempat oleh beragam pesan dari berbagai sumber pada waktu yang bersamaan. Oleh karenanya penyusunan pesan harus dilakukan dengan cermat

²⁰ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*, (Bandung : Armico, 1984), hlm :87

agar bisa efektif sampai kepada komunikan. Dalam upaya penyusunan pesan yang nantinya akan disampaikan, terdapat dua bentuk rumusan tema pesan yang bisa dipakai yaitu yang bersifat *one side issue* dan *both side issue*. *One side issue* merupakan rumusan pesan yang bersifat sepihak, yaitu pesan berisi hal-hal positif atau hal-hal negatif saja. Pesan yang bersifat konsepsi komunikator saja tanpa mempertimbangkan berbagai pendapat yang berkembang di kalangan khalayak. Sedangkan, *both side issue* merupakan rumusan pesan baik dari segi positif maupun negatif, jadi pesan positif maupun negatif atau untung ruginya disampaikan kepada khalayak sehingga khalayak mengetahui kejelasannya dari pesan tersebut. Untuk menentukan penggunaan yang paling efektif dalam komunikasi, Arifin Anwar menjelaskan sebagai berikut :²¹

- (1) Bila komunikasi melibatkan khalayak yang sejak awal menunjukkan adanya penyesuaian lebih efektif menyampaikan pesan *both side issue*.
- (2) Bila komunikasi melibatkan khalayak yang sejak awal menunjukkan adanya penyesuaian pendapat maka akan lebih efektif menyampaikan pesan *one side issue*.
- (3) Kepada khalayak dengan golongan terpelajar sebaiknya diberikan pesan *both side issue*.

²¹ Ibid, hlm. 18

- (4) Kepada khalayak yang bukan termasuk golongan terpelajar lebih baik disampaikan *one side issue*.

Terkait dengan hal ini, Scrhamm, dalam Effendy²² mengajukan empat syarat yang harus dipenuhi, yaitu :

- (a) Pesan yang harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa agar bisa menarik perhatian khalayak sasaran.
- (b) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang disesuaikan dengan kerangka acuan khalayak.
- (c) Pesan harus membangkitkan kebutuhan individu khalayak dan memberikan solusi untuk memenuhi.
- (d) Pesan harus menyarankan cara memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan situasi kelompok dimana khalayak berada pada saat digerakkan untuk memberikan respon sesuai yang dikehendaki.

c) Penetapan Metode

Menurut Arifin, dalam mencapai efektifitas dari suatu komunikasi, selain tentunya dari kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam dunia komunikasi, pada penetapan metode itu dapat dilihat dari dua

²² Ibid, hlm. 41-42

aspek yaitu, menurut cara pelaksanaan dan menurut bentuk isinya.

Hal tersebut diatas, dapat diuraikan lebih lanjut, bahwa yang pertama semata-mata melihat komunikasi itu dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Oleh karena itu, yang pertama (menurut cara pelaksanaannya) dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu metode *redundancy (repetition)* dan *canalizing*. Sedangkan yang kedua (menurut bentuk isinya), dikenal dengan metode *informative, persuasive, edukatif, dan cursive*.

Pada dasarnya metode dalam komunikasi dapat dibedakan berdasarkan dua aspek :²³

(a) Menurut cara pelaksanaannya

- (1) *Redudancy (repetition)*, merupakan cara mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang pesan. Metode ini memungkinkan peluang mendapat perhatian khalayak semakin besar, pesan penting mudah diingat oleh khalayak dan memberi kesempatan bagi komunikator untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan sebelumnya. Dengan penggunaan metode ini, banyak manfaat yang dapat diambil darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih

²³ Anwar Arifin, *Op.Cit*, hlm. 72-78

memperhatikan pesan yang disampaikan komunikator. Hal ini justru kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan banyak mengikat perhatian.

Meskipun dalam melakukan metode *redundancy* berkomunikasi memiliki manfaat agar pesan yang disampaikan komunikator diperhatikan komunikan namun sebaliknya, komunikator tetap mempertimbangkan variasi-variasi yang menarik dan tidak membosankan dalam pengulangan pesannya.

(2) *Canalizing*, merupakan metode penyampaian pesan dengan cara meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Pada awalnya penyampaian pesan dilakukan sesuai dengan nilai-nilai kelompok yang dianut baru menuju ke arah khalayak sasaran. Bila hal ini gagal, maka diusahakan dengan memecah hubungan khalayak dengan kelompok sehingga pengaruh kelompok akan menipis dan hilang dengan sendirinya. Jadi dalam proses komunikasi, komunikator terlebih dahulu memenuhi nilai-nilai dan standar komunikasi dan berangsur merubahnya kearah yang dikehendaki komunikator. Namun bila hal ini kemudian tidak memungkinkan (mengikuti standar kelompok dan masyarakat), maka cara memecah perlahan komunikan

dengan anggota kelompoknya sehingga mereka tidak memiliki hubungan yang erat dan kemudian komunikator menarik komunikasi tersebut dalam pengaruhnya menjadi bagian dalam strategi metode komunikasi *canalizing* ini.

(b) Menurut bentuk isinya

- (1) *Informative*, merupakan suatu bentuk penyampaian pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan cara memberikan penerangan. Yakni memberikan sesuatu apa adanya sesuai dengan fakta dan data maupun pendapat yang sebenarnya.
- (2) *Persuasive*, merupakan bentuk penyampaian pesan untuk mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Dalam hal ini khalayak tidak diberi kesempatan untuk berpikir kritis dan bila mungkin bisa terpengaruh tanpa disadari.
- (3) *Educative*, merupakan bentuk penyampaian pesan yang mendidik, yakni memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya secara sengaja, teratur dan terencana dengan tujuan mempengaruhi dan mengubah tingkah laku sesuai dengan yang diinginkan.

(4) *Coersive*, merupakan bentuk penyampaian pesan yang mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa. Pesan ini selain berisi pendapat juga ancaman. Metode ini biasanya diwujudkan dalam bentuk peraturan-peraturan dan intimidasi.

d) Pemilihan Media

Dalam hal ini penggunaan media, hendaknya dilakukan melalui seleksi yang cermat agar bisa berfungsi sebagai katalisator dengan baik. Pemilihan media menurut Effendy, dipengaruhi oleh khalayak sasaran yang akan dituju, efek yang diharapkan dari program yang dijalankan dan diisi pesan yang akan dikomunikasikan.²⁴ Faktor ini menyangkut bagaimana dan dengan apa pesan yang akan disampaikan yang tentunya disesuaikan dengan aspek-aspek yang lainnya sehingga pesan dapat ditangkap dengan baik dan tujuan disampaikannya pesan dapat tercapai. Media tidak hanya berupa alat, namun juga penciptaan kondisi atau situasi.

e) Peranan Komunikator

Komunikator mempunyai peranan yang sangat penting dalam komunikasi. Sebab komunikator merupakan ujung tombak yang berperan menyampaikan pesan kepada khalayak. Menurut Ida Yustina ada empat komponen yang harus

²⁴ Onong U.Effendy, *Op.Cit*, hlm. 37

diperhatikan pada diri komunikator, yang dapat meningkatkan ketepatan pengembangan dakwah, yaitu :²⁵

(a) Ketrampilan Pengembangan

Menurut Sarah Trenholm dan Atrhur Jensen seperti yang dikemukakan Yudi Perbawaningsih, yang dimaksud dengan ketrampilan pengembangan dakwah meliputi berbagai kemampuan, yaitu :²⁶

- (1) *Interpretive competence*, merupakan kemampuan komunikator dalam menginterpretasi kondisi-kondisi yang ada di sekeliling suatu interaksi.
- (2) *Goal competence*, kemampuan komunikator untuk menentukan tujuan, mengantisipasi konsekuensi dan pilihan tindakan.
- (3) *Role competence*, kemampuan komunikator dalam meletakkan peran sosial dan mana yang layak untuk peran tersebut.
- (4) *Self competence*, kemampuan komunikator dalam memilih dan menghadirkan citra diri yang diharapkan dalam situasi tertentu.
- (5) *Message competence*, kemampuan komunikator dalam menerjemahkan yang menjadi seperangkat pilihan pesan,

²⁵ Ida Yustina, “Berapa Proses yang Terdapat dalam Komunikasi”, <http://library.usu.ac.id/download/fkm-ida%20yutina2.pdf>, akses 9 Agustus 2010.

²⁶ Yudi Perbawaningsih, *komunikasi efektif dalam belajar mengajar memprediksi faktor penentu efektifitas persuasi* : (kasus di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik di universitas atma jaya Yogyakarta), <http://www.penelitianunuy.or.id/dasi/yudiperbawingsih.com>, akses 9 Agustus 2010

yang dapat dipahami dan direspon oleh orang lain, yakni pengetahuan tentang kode verbal dan nonverbal.

(b) Sikap mental

Mengenai sikap mental ada 3 sikap sumber yang dapat mempengaruhi keefektifan komunikasi, yaitu :

(1) Sikap terhadap diri sendiri, menurut Onong Uchjana, komunikator menumbuhkan potensi sebagai daya tarik sumber demi meraih keberhasilan komunikasi, komunikator akan berhasil merubah sikap, opini, perilaku komunikasi melalui mekanisme daya tarik.²⁷

(2) Sikap terhadap subjek materi

(3) Sikap terhadap penerima pesan (*recevier*), komunikator menunjukkan kredibilitas dirinya. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki oleh seorang komunikator.

(c) Tingkat pengetahuan

Tingkat pengetahuan komunikator akan menentukan seberapa jauh dia memahami sikap mentalnya sendiri, karakteristik *recevier* dengan bagaimana dia menyampaikan pesan, jenis-jenis saluran yang dipilih, dsb.

²⁷ Onong Uchjana, *Op Cit*, hlm. 38

(d) Posisi dan sosiokultural

Merupakan sistem sosial budaya melatarbelakangi komunikator. Faktor ini sangat mempengaruhi perilaku pengembangan dakwah.

Sebelum kita membahas tentang pengembangan dakwah di dalam pondok pesantren ada baiknya kita membahas terlebih dahulu tentang pengembangan dakwah secara umum.

Pengembangan adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Menurut Berellson dan Stiener, komunikasi adalah suatu proses penyampain informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka, dan lain-lain.

a) Komponen atau unsur-unsur pengembangan, meliputi :

(1) Komunikator adalah sumber penyampai pesan, boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu Negara. Komunikator dalam komunikasi dakwah sering disebut dai, ulama, kiyai.

(2) Pesan (*message*) adalah keseluruhan yang disampaikan komunikator. Pesan seharusnya mengandung inti pesan (tema) sebagai pengarah di dalam usaha mengubah sikap dan tingkah laku. Pesan dapat berupa tulisan atau gambar,

kibaran bendera, lambain tangan dan lain-lain yang apabila diinterpretasikan punya arti tertentu.

(3) Saluran (*channel, media*), pada umumnya komunikasi sering dilakukan melalui dengan dua cara yaitu :

(a) Saluran formal yang bersifat resmi

(b) Saluran non formal yang bersifat tidak resmi

Saluran formal biasanya mengikuti garis wewenang dari suatu organisasi, yang timbul dari tingkat paling tinggi dalam organisasi itu sampai tingkat paling bawah, sedangkan saluran non formal biasanya berupa desas-desus dan kabar burung. Media komunikasi dapat juga berupa alat-alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya pada komunikan. Contohnya surat kabar, telephon, telex, majalah, radio, televisi, film, sound system dan lain-lainnya.

(4) Komunikan (penerima pesan), dapat merupakan seseorang yang sedang membaca, mendengarkan atau memperhatikan, atau anggota suatu kelompok, seperti kelompok diskusi, atau dapat juga berupa pembaca koran atau penonton televisi.

(5) Efek (umpan balik) adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yaitu sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak dengan yang kita inginkan. Jika sikapnya sesuai

dengan kehendak kita, maka berarti komunikasi kita berhasil, demikian juga sebaliknya.²⁸ Efek dapat berupa tanggapan (respons) dari komunikan terhadap pesan-pesan yang dilancarkan komunikator, dan hal ini biasanya dapat diketahui dari reaksi umpan balik komunikan.²⁹

b) Proses pengembangan

Yaitu pengoperan dari lambang-lambang yang mengandung arti. Syarat utama pengembangan difahami adalah lambang-lambang yang diberi arti yang sama oleh komunikator dan komunikan.³⁰

Menurut Onong Uchjana Effendi proses penyampaian pengembangan dakwah dapat melalui dua cara :

- (1) Proses komunikasi primer, yaitu proses penyampaian pesan pada orang lain dengan memakai lambang (simbol) sebagai media. Contohnya bahasa, isyarat, gambar, dan warna yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran komunikator pada komunikan. Bahasa merupakan lambang yang paling banyak digunakan.
- (2) Proses komunikasi sekunder, yaitu proses penyampaian pesan pada orang dengan memakai alat (sarana) sebagai media setelah memakai lambang sebagai media pertama.

²⁸ Onong Uchjana Effendi, *Komunikasi Dan Modernisasi*, (Bandung, Alumni, 1979), hal.38

²⁹ A.W.Widjaya, *Op. Cit*, hal.33

³⁰ Astrid S. Susanto, *Op. Cit*, hal. 33

Alat tersebut antara lain telephon, surat kabar, telegram, radio, televisi, dan lain-lain.

Perbedaan antara keduanya terletak pada penggunaan alat-alat sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dan feed back (umpan balik) yang ditimbulkan. Dalam proses komunikasi primer, tanggapan komunikan dapat langsung diterima atau diketahui, sedang proses komunikasi sekunder umpan balik tidak dapat langsung diterima.³¹ Mengutip pendapat Wilbur Scharm komunikasi akan berhasil bila pesan yang disampaikan komunikator cocok dengan kerangka acuan (frame of refernce), yakni paduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh komunikan.³²

Bidang pengalaman (*field of experience*) juga merupakan faktor yang penting dalam komunikasi, yakni bila bidang pengalaman komunikator sama dengan komunikan maka komunikasi akan berjalan lancar. Tapi dalam komunikasi juga kenal istilah "*emphaty*", yakni kemampuan memproyeksikan diri kepada peranan orang lain. Jadi meskipun antara komunikator dan komunikan ada perbedaan dalam kedudukan, agama kepercayaan tingkat pendidikan, ideologi dan lain-lain, jika komunikator dapat bersikap empati maka komunikasi tidak akan gagal.

³¹ Onong Uchjana Effendi, *Op. Cit*, hal. 11

³² *Ibid*, hal. 13

c) Pengembangan dakwah

Pengembangan dakwah menurut sifat-sifatnya dibedakan menjadi empat golongan, yaitu :

- (1) Tatap muka (*face to face*), yakni komunikator berhadapan dengan komunikan dan umpan balik bersifat langsung.
- (2) Bermedia, yakni komunikasi dengan menggunakan saluran baik media cetak maupun media elektronika untuk menyampaikan pesan pada komunikan yang jauh tempatnya. Umpan balik bersifat tertunda.
- (3) Verbal, yakni kegiatan komunikasi yang menggunakan lambang bahasa sebagai media komunikasi. Lambang bahasa dibagi menjadi dua yaitu lisan (*oral*) dan bahasa tulis atau cetak (*written printed*). Dalam berkomunikasi manusia lebih banyak menggunakan bahasa sebagai media karena bahasa paling mampu mentransmisikan ide, gagasan, pikiran, pendapat, dan lain-lain baik tentang hal yang abstrak maupun yang konkrit, dan hal-hal yang terjadi di masa lalu, dan yang akan datang.
- (4) Non-Verbal, yakni komunikator menggunakan isyarat badan (*gesture*) atau gambar (*picture*) sebagai media komunikasi. Gesture memang dapat "*menerjemahkan*" pikiran seseorang sehingga terekspresikan secara fisik. Tapi aktifitas seperti menggapaikan tangan, memainkan jari

jemari, mengedipkan mata, atau menggunakan anggota badan lainnya dapat mengomunikasikan hal-hal tertentu. Demikian pula isyarat dengan memakai alat seperti kentongan, bedug, dan lain-lain tersebut punya kemampuan yang amat terbatas.³³

d) Bentuk-bentuk komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendi bentuk-bentuk komunikasi terdiri dari :

- (1) Komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*), komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis, berupa percakapan,³⁴ terbuka dan menatapakan pengertian suatu hal.
- (2) Komunikasi intra manusia, dilakukan didalam diri sendiri, mempertimbangkan sesuatu yang akan dilakukan, contoh merenung,berfikir.
- (3) Komunikasi kelompok, untuk menyampaikan pesan pada kelompok manusia, misalnya rapat, pertemuan,dan sebagainya. Bentuk yang dituju adalah rasio guna dapat menerima, menanggapi, mengolah suatu pesan dalam benak atau otak.³⁵ Komunikasi organisasi termasuk dalam

³³ Ibid, hal. 17

³⁴ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika komunikasi*, hal. 8

³⁵ Ibid, hal. 23

komunikasi kelompok, karena organisasi itu sendiri adalah sebuah kelompok individu yang terorganisir untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam kelompok formal maupun non formal organisasi. Jika organisasi semakin besar dan kompleks, maka demikian juga komunikasinya.³⁶

- (4) Komunikasi massa, ialah komunikasi melalui media massa modern. Dan media massa ini adalah surat kabar, film, radio, dan televisi. Jadi yang di maksud dengan komunikasi massa yaitu penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampaian pesan, dan sifatnya atau arah (*one way trafic*).³⁷

Adapun penggolongan komunikasi berdasarkan aliran pesan-pesan dan informasi dalam suatu lembaga atau organisasi terdapat komunikasi ke bawah, ke atas dan ke samping. Selain itu komunikasi juga dapat digolongkan berdasarkan gaya, tatakrama dan pola aliran informasi dalam suatu organisasi, dan dalam penggolongan ini dapat disebut sebagai jenis komunikasi formal dan

³⁶ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta: Profesional Books, 1997) hal.340

³⁷ Onong Uchjana Effendi, *Op. Cit*, (Bndung, Rosdakarya, 2000), hal. 50

non formal.³⁸ Proses komunikasi formal berlangsung ketika pesan-pesan dikirimkan dan diterima melalui pola hirarki kewenangan organisasi yang telah diterapkan dalam struktur organisasi. Sedangkan komunikasi non formal terjadi di antara anggota dalam suatu organisasi yang dapat berinteraksi secara bebas satu sama lain terlepas dari kewenangan dan fungsi jabatan mereka. Komunikasi non formal terjadi sebagai perwujudan dari keinginan manusia untuk bergaul dan keinginan untuk menyampaikan informasi yang dipunyainya dan dianggap tidak dipunyai teman-teman lainnya. Meskipun hubungan yang terjadi dalam komunikasi mengikuti pola yang bebas dari pengaruh organisasi formal, akan tetapi komunikasi non formal merupakan hal yang terpenting, juga masih dalam batas aturan-aturan berkomunikasi dengan sesama yang lain.

Salah satu upaya terpenting dalam proses aktifitas dakwah ialah komunikasi, yaitu suatu transfer (memindahkan) informasi dari seseorang kepada orang lain, baik perseorangan maupun berkelompok atau secara berjama'ah sebagai suatu proses sosial secara berhadapan langsung ataupun melalui suatu media massa. Pengembangan dakwah ini merupakan jalan untuk menyebarluaskan pesan dakwah dalam bentuk ajaran atau ilmu-ilmu agama islam yang disajikan dan dikemas secara kontekstual. Dengan ini pengembangan dakwah itu pula seorang Da'i akan mengetahui apa materi yang sesuai dengan jamaah yang

³⁸ Gunawan Jiwana, *Komunikasi Dalam Organisasi*, (Yogyakarta, Andi Offset, 1985), hal. 27

dihadapinya. Dengan demikian dapat dipahami bahwa pengembangan dakwah adalah alat bukan tujuan, yaitu alat untuk mempelancar jalannya manajemen atau jalannya dakwah.³⁹

Aktifitas dakwah juga merupakan salah satu bentuk pengembangan dakwah, tujuan dari pengembangan dakwah mengharapkan adanya partisipasi dari pondok pesantren atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan. Di dalam dakwah demikian juga seorang mubaligh sebagai seorang penceramah mengharapkan adanya partisipasi dari pihak komunikator dan kemudian berharap agar komunikannya dapat bersikap dan berbuat sesuai dengan isi pesan yang disampaikannya. Ciri khas yang membedakannya adalah terletak pada pendekatannya yang dilakukan secara persuasif, dan juga tujuannya yaitu, mengharapkan terjadinya perubahan/pembentukan sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran-ajaran agama islam.

Penjelasan kepada kita bahwasanya dakwah itu merupakan suatu bentuk pengembangan dakwah yang khas yang dapat membedakan dirinya dari bentuk komunikasi yang lain pada umumnya. Perbedaan itu khususnya terletak pada sumber (*source*), komunikator pesan (*message*), approach dan tujuannya (*destination*).⁴⁰

Dengan terpenuhinya persyaratan yang dibutuhkan untuk terjadinya suatu proses komunikasi, maka dapat dikatakan bahwa

³⁹ Drs. H. Zaini Muchtarom, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, (Al-Amin dan IKFA, 1996), cet. I, hal. 88-89.

⁴⁰ *Ibid*, hal. 47-48

dakwah itu sendiri memang adalah suatu proses komunikasi. Tetapi karena ciri-cirinya yang khas yang membedakan dirinya dari segala bentuk pengembangan kita sebut dengan suatu istilah yaitu “*pengembangan dakwah*”.⁴¹

H. Metode Penelitian

Metodologi penelitian secara sederhana adalah ilmu yang digunakan untuk mengetahui kebenaran dengan jalan meneliti terhadap obyek yang dihadapi.

Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Yang mengkaji dan mempelajari peraturan-peraturan suatu metode.⁴²

Langkah-langkah yang diambil dalam metode penelitian antara lain :

1. Penentuan Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek penelitian

Subyek penelitian yang penulis jadikan sumber data dalam penelitian ini adalah Pondok Pesantren Nurul Ummah untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan pondok pesantren tersebut, yang nantinya akan santri-santri bisa berkompeten dalam proses dakwah secara langsung kepada masyarakat untuk mengembangkan ilmu-ilmu agamanya yang diperoleh selama di pondok pesantren.

⁴¹ Toto Tasmara, *Op cit*, hal. 48-49

⁴² Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta. Bumi Aksara, 1998) Hal.42.

- 1) Pengurus /Pengasuh Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede
Untuk mempermudah perizinan penelitian sekaligus sumber informasi lebih lanjut tentang Pondok Pesantren Nurul Ummah (kelembagaan). Untuk mengetahui kegiatan /program-program yang berjalan, pengembangan dakwah yang digunakan dan pelaksanaannya, sekaligus perkembangan Pondok Pesantren Nurul Ummah dan para santrinya.
- 2) Santri Pondok Pesantren Nurul Ummah
Untuk mengetahui proses pelaksanaan pengembangan dakwah bagi para santri mulai dari tahap awal mereka masuk sampai tahap akhir keluar dari pondok. Sekaligus manfaat dan respon mereka terhadap pelaksanaan pengembangan dakwah tersebut.

b. Obyek penelitian

Obyek penelitian yang dikaji dalam penelitian ini adalah pengembangan dakwah di pondok pesantren nurul ummah dalam pelaksanaan mengembangkan dakwahnya santri. Suatu istilah untuk menjawab pertanyaan apa yang sebenarnya diteliti dalam sebuah penelitian ini.

Pondok pesantren ini untuk meliputi dalam mengembangkan dakwah kepada masyarakat ada beberapa yang di laksanakan pondok pesantren nurul ummah, yaitu :

- a. Dakwah yang dikembangkan pada pondok pesantren.
- b. Target yang ingin dicapai pada pondok pesantren.

c. Pengembangan dakwah yang dikembangkan pondok pesantren.

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang valid dan relevan dengan obyek penelitian maka peneliti menggunakan beberapa metode antara lain :

a. Interview/ wawancara

Interview atau wawancara digunakan sebagai suatu proses tanya jawab lisan secara berhadapan-hadapan secara fisik dalam artian melihat dan mendengar dengan telinga sendiri.⁴³ Interview atau wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian.⁴⁴

Wawancara disini adalah ditujukan pada para penghuni pondok pesantren, yaitu pengurus, santri yang di dalam wawancara tersebut diberikan kebebasan untuk memberi jawaban seputar pengembangan dakwah pondok pesantren tersebut, tetapi hal ini juga tidak terlepas dari pedoman pokok yang telah disusun penulis. Pengurus dan santri dalam hal ini berperan sebagai subyek yang diwawancarai. Wawancara ini digunakan untuk memperoleh data tentang pengembangan dakwah pondok pesantren dan gambaran umum di Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta.

⁴³ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*. (Yogyakarta, Yayasan Penerbit, Fak.UGM, 1994), hal.192

⁴⁴ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*. (Yogyakarta, Andi Offset,1998),hal.193

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah alat pengumpul data untuk mengamati hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, surat kabar, dan sebagainya.⁴⁵ Metode ini ditempuh dengan jalan meneliti dokumen-dokumen yang ada hubungannya dengan obyek penelitian. Metode ini digunakan untuk memperoleh data gambaran umum pondok pesantren.

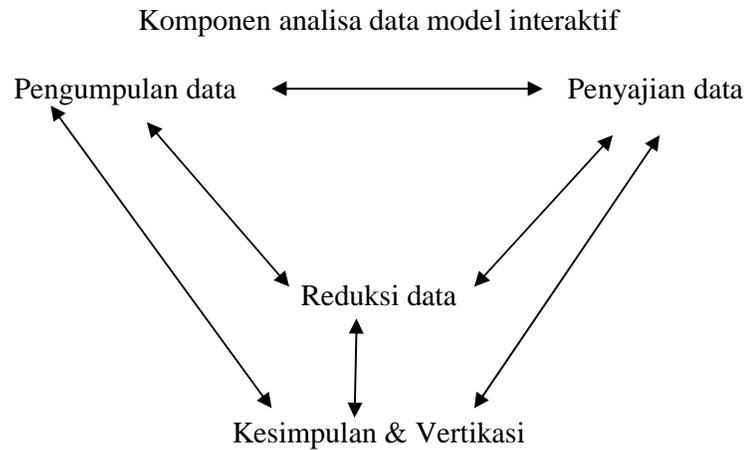
3. Analisis Data

Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya adalah menganalisa data. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif kualitatif yakni data yang telah masuk selanjutnya dianalisa dan diinterpretsaikan dengan kata-kata sedemikian rupa, untuk menggambarkan obyek penelitian saat di mana penelitian dlakukannya.⁴⁶ Langkah analisis data kualitatif dalam penelitian ini menggunakan metode Miles dan Huberman (1984) yang sering disebut *interactive model*. Di mana proses analisis dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Langkah analisis data dalam model ini dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penyimpulan data.⁴⁷

⁴⁵ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta, Rineka Cipta.1993), hal.143

⁴⁶ Ibid, Hal. 210

⁴⁷ FX. Sudarsono, *Merancang Penelitian dan Penulisan Proposal* (Yogyakarta : DPPM UII, 2006), hlm. 6



Dilakukan dengan mendiskripsikan dan menganalisa pelaksanaan pengembangan dakwah yang berkaitan dengan komponen komunikasi dalam pengamalan ilmu agama di pondok pesantren nurul ummah kotagede Yogyakarta.

4. Teknik Keabsahan Data

Setelah yang digunakan penelitian hanya dengan cara editing atau memeriksa semua data-data yang diperoleh dalam memastikan keabsahan data. Metode keabsahan data ini ditunjang dengan menggunakan metode triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data. Penelitian hanya menggunakan dua metode triangulasi anatara lain :

- 1) Triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik suatu informasi yang di peroleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam

metode kualitatif, dengan upaya yang dilakukan yaitu membandingkan hasil pengamatan dan wawancara.

- 2) Trianggulasi Teori yaitu pendidikan menganalisis tentang pengembangan dakwah pondok pesantren, hubungan dan penjelasan yang lain yang akan membandingkan dengan teori-teori yang ada.⁴⁸

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan skripsi ini berisi uraian tentang tahap-tahap pembahasan yang dilakukan oleh penulis, terdiri dari tiga bagian yaitu; bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari halaman judul, halaman surat pernyataan, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar lampiran.

Bagian inti berisi uraian penelitian mulai dari bagian pendahuluan sampai bagian penutup yang tertuang dalam bentuk bab-bab sebagai satu kesatuan. Pada skripsi ini penulis menuangkan hasil penelitian dalam empat bab. Pada setiap bab terdapat sub-sub yang menjelaskan pokok bahasan dari bab yang bersangkutan.

Bab I :Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, kajian pustaka, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

⁴⁸ . Dr. Lexy J. Moleong, M.A., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya 1999, hal. 178.

Bab II : Berisi sekilas tentang gambaran umum dan letak geografis pondok pesantren nurul ummah kotagede, yang uraiannya meliputi perkembangan pondok pesantren dalam dakwah, gambaran umum tersebut.

Bab III : Berisi Pengembangan Dakwah Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta, dan implementasi secara teoritis tentang pengembangan dakwah tersebut dalam Pondok Pesantren.

Bab IV : Penutup, berisi kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.

Sedangkan bagian akhir skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup penulis.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pondok Pesantren Nurul Ummah adalah lembaga profesional dalam bidang pengembangan dakwah Islamiyah yang mempunyai peran penting dan tanggung jawab yang sangat besar dalam rangka mendidik, membina, membimbing bahkan turut serta dalam membangun dan mensejahterakan kehidupan berbangsa dan bernegara lebih khusus pada masyarakat wilayah sekitarnya. Hal ini dapat dilihat dari semakin baiknya citra Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede dimata masyarakat dan para aparatur pemerintah mulai dari kepala dusun, lurah, camat, bupati bahkan sampai pada Gubernur D.I Yogyakarta.

Pengembangan dakwah yang dikembangkan oleh Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede dalam rangka meningkatkan pemahaman ilmu agama pada santri agar bisa mengamalkan ilmunya kepada masyarakat ketika pulang daerahnya masing-masing yang telah dilakukan melalui tahapan-tahapan yang sesuai dengan tahapan yang ada dalam komunikasi. Hal tersebut dalam perjalanannya tentu ada kekurangan dan kelebihan pada tiap tahapannya.

Tahapan yang dimulai dari perencanaan pengembangan dakwah PPNU sudah tepat dengan melalui beberapa pendekatan baik secara personal

maupun kelompok sehingga disini PPNU mampu mengetahui dan menganalisis segala bentuk isu yang sedang berkembang di masyarakat.

Penetapan tujuan disini belum cukup operasional, akan tetapi tetap akan membawa dampak yang baik bagi santri dan masyarakat itu sendiri. Karena selain bertujuan untuk mendidik masyarakat Pondok Pesantren Nurul Ummah juga dijadikan sebagai media pelatihan mental terhadap santri agar kelak pada saat pulang dari pesantren sudah siap terjun dan mengabdikan pada masyarakat.

Dalam segmentasi khalayak ini Pondok Pesantren Nurul Ummah kurang memperhatikan kalangan remaja, remaja yang semestinya diperhatikan lebih malah justru sering di tinggalkan oleh Pon-Pes Nurul Ummah, hal ini mengakibatkan banyak remaja yang lepas dari kontrol orang tua dan agama.

Pesan yang disampaikan secara *both side isu* memudahkan komunikasi menerima pesan dengan lebih tenang dan lebih mudah karena dengan begitu mereka akan merasa dimengerti dan aspirasinya didengar oleh komunikator.

Metode penyampaian pesan yang beragam memungkinkan masyarakat untuk memilih metode mana yang sesuai dengan tingkat pemahaman. Begitu juga dengan komunikator, dengan beragamnya metode pencapaian pesan (informative, persuasif dan edukatif) maka akan mudah mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Media dalam penciptaan kondisi ini lebih efisien dan efektif dalam menyampaikan pesan, karena seorang komunikator tidak bosan dengan segala kreativitas program yang dibentuk oleh Pon-Pes Nurul Ummah. Sehingga

tujuan dan pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat wilayah binaan dengan baik.

Dalam menyiapkan kader-kader yang akan dijadikan sebagai pengemban visi dan misi, Pon-Pes Nurul Ummah melakukan sebuah training khusus yang di ikuti oleh seluruh santri baru dan sebagian dari santri senior. Training ini dinilai cukup berhasil dalam mencetak kader-kader communicator Pon-Pes Nurul Ummah.

Melihat dari segi manajemen, Pon-Pes Nurul Ummah yang lebih dari 30 tahun berkiprah di masyarakat daerah sekitar kotagede sudah memiliki manajemen yang baik, hal ini terlihat dari proses perencanaan hingga *controlling/evaluasi* telah memiliki standar baku.

B. Saran-Saran

1. Untuk Pengurus Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta
 - a. Utamakan konsistensi jadwal Pengajian santri dalam menuntut ilmu, walaupun ada perubahan jadwal hendaknya lebih dahulu menghubungi ustadz yang bersangkutan.
 - b. Perlu adanya penambahan waktu untuk pelatihan khutbah Jum'at dan pidato pada santri yang bertugas pada malam jum'at agar santri bisa terlatih berdakwah di masyarakat ketika sudah pulang ke rumah.
 - c. Membangun hubungan komunikasi antar pengurus, baik pengurus intern maupun ekstern demi terjalannya kepengurusan organisasi yang solid.

2. Untuk Instansi Pemerintah
 - a. Dukung dan bantulah apapun yang menjadi program-program dari Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede, karena apapun bentuk dari program-program Pondok Pesantren akan memberikan dampak yang baik bagi kehidupan berbangsa dan bermasyarakat.
 - b. Informasikan segala bentuk kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan potensi santri pada lembaga-lembaga yang bergerak di bidang kemasyarakatan.

3. Untuk seluruh santri pondok pesantren
 - a. Jangan pernah malu untuk belajar.
 - b. Jangan pernah berputus asa tetap semangat meskipun sudah lanjut usia, *Insyah Allah* akan mengantarkan pada akhir yang khusnul khotimah.
 - c. Amalkan ilmu yang di dapat walaupun hanya sedikit.
 - d. Apa yang tidak bisa di dapat seluruhnya maka janganlah ditinggal seluruhnya.

C. PENUTUP

Segala puji hanya bagi Alloh Swt, Ilah dari semesta Alam yang telah menjamin kehidupan dari segala macam ciptaannya serta yang memberikan taufik dan hidayah, sehingga atas bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis sadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan, baik yang menyangkut segi bahasa maupun isinya. Hal ini semata-mata kekhilafan dari penulis dan kebenaran

yang sesungguhnya hanyalah milik Allah Swt. Meskipun skripsi ini adalah hasil maksimal dari penulis, akan tetapi saran dan kritik yang bersifat mendukung sangat penulis nantikan. Dan akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Rais, *Skripsi Strategi Komunikasi Tim Kampanye Capres-Cawapres : Studi Kasus Strategi Komunikasi Tim Kampanye Amin-Siswono Dalam Membangun Citra Pasangan Amin-Siswo Yudokusodo Pada Pemilu Presiden 2004*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Gajahmada Yogyakarta, 2005.
- Ali Murtopa, *Strategi Kebudayaan*, Jakarta : Yayasan Proklamasi, 1978.
- Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas* Bandung: Armico, 1984.
- Astrid S Susanto, “ *komunikasi dalam teori praktek*”, Jakarta: gramedia, 1978.
- Antoni, Ruhnya Persimpangan itu : *Profil Dan Pemikiran Para Penggagas Kain Ilmu Komunikasi*, Solo: Tiga Serangkai, 2004.
- Budi Sayoga, *Diktat Mata Kuliah Perencanaan Mata Kuliah Komunikasi*,
- Bungin, *Burhan, Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2000
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Karim dan terjemahannya*, Semarang, Toha Putra, 1996.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya : 2007.
- Devito, Joseph A., *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta, Profesional Books, 1997.
- Dermawan, Andy, dkk, *Metodologi Ilmu Dakwah*, Yogyakarta : Lesfi, 2002.
- Echols, John E, dan Shadily, Hasan. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta, Gramedia, 1987.
- Effendy, OnongUchjana , Prof. Drs. M.A., *Dinamika komunikasi*
- _____, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, PT.Remaja Rosdakarya, Bandung, 1998.
- _____, *Ilmu Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 1997.
- _____, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung, Cita Aditya Bakti, 1993.

- _____, *Komunikasi dan Modernisasi*, Bandung, Alumni, 1979.
- Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2009.
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research II*, Yogyakarta, Andi Offset, 1998.
- Jiwana, Gunawan, *Komunikasi Dalam Organisasi*, Yogyakarta, Andi Offset, 1985.
- Koentjaningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta, Gramedia, 1997.
- Moleong, Dr. Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remja Rosdakarya, 1996.
- _____, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remja Rosdakarya, 1999.
- Muchtarom, Zaini, Drs.H. M.A., *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*, (Al-Amin dan IFKA, 1996, cet. I.
- Masdar, Hilmy, *Dakwah dalam Alam Pengetahuan*, Semarang: CV Thoha Putra, 1973.
- Partanto, Pius dan Al-Barry, M. Dahlan, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya, Arkola, 1994.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Islam Aktual*, Bandung, Mizan, 1999.
- Susanto, Astrid S., *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta, Gramedia, 1978.
- Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Gaya Media Pratama, 1987, cet ke-1.
- _____, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Gaya Media Pratama, 1987, cet ke-2.
- Usman, Husaini, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta, Bumi Aksara, 1998.
- Wahid, Abdurrahman, *Menggerakkan Tradisi: Esai-esai Pesantren*, Yogyakarta, Lkis, 2001.
- Widjaja, A.W., *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta, Bumi Aksara, 1993.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Budi Hendriarto
Tempat, tanggal lahir : Lampung, 05 Januari 1986
Alamat : Jl. Raden Ronggo KG II/982 Prenggan Kotagede
Yogyakarta 55172
No. HP : 085643774360
Nama Ayah : Oyon Suparyono
Pekerjajaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Eko Mudiatun Khasanah
Alamat orang tua : Jl. Kartini Selatan Lapangan SLTP N1 Kaliwungu Kec.
Kalirejo Lampung Tengah 34174

Riwayat Pendidikan:

- SDN 01 Kaliwungu Kec. Kalirejo Lampung, lulus tahun 2001
- MTs Nurul Huda Pringsewu Tanggamus Lampung, lulus tahun 2003.
- MA Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta, lulus tahun 2006.
- Masuk UIN Sunan Kalijaga tahun 2006.

Riwayat Non Pendidikan :

- Pondok Pesantren Nurul Huda Pringsewu Tanggamus-Lampung, tahun 2001-2003.
- Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta, tahun 2003-sekarang.

Pengalaman Organisasi

- Aktivist Poskestren PP. Nurul Ummah (2009-sekarang)
- Aktivist Takmir Masjid Al-Faruq PP. Nurul Ummah (2009-sekarang)