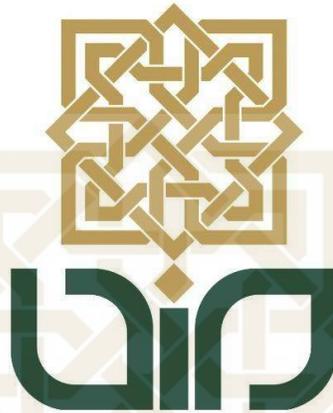


**KOMUNIKASI NANANG AKHMAD DALAM MENINGKATKAN
RELIGIUSITAS ANGGOTA MARKIFER FC YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Oleh :

Alvin Fahrizal Bayvuni

19102010066

Pembimbing:

Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.

NIP. 19661209 199403 1 004

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1420/Un.02/DD/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : KOMUNIKASI NANANG AKHMAD DALAM MENINGKATKAN RELIGIUSITAS ANGGOTA MARKIFIER FC YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALVIN FAHRIZAL BAYYUNI
Nomor Induk Mahasiswa : 19102010066
Telah diujikan pada : Selasa, 25 Juli 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 64cb23bc6da4



Penguji I

Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum
SIGNED

Valid ID: 64e577813c2eb



Penguji II

Taufik Rahman, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 64e705bf6b631



Yogyakarta, 25 Juli 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 64e8188de970e

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum.Wr.Wb

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

Nama : Alvin Fahrizal Bayyuni
NIM : 19102010066
Judul Skripsi : "Komunikasi Dakwah Nanang Akhmad dalam Meningkatkan Religiusitas Anggota Markifer FC Yogyakarta"

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Juli 2023

Ketua Prodi

Pembimbing Skripsi


Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
19840307 201101 1 012


Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
19661209 199403 1 004

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alvin Fahrizal Bayyuni
NIM : 19102010066
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Komunikasi Dakwah Nanang Akhmad dalam Meningkatkan Religiusitas Anggota Markifer FC Yogyakarta** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarism dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, Juli 2023

Yang menyatakan



Alvin Fahrizal Bayyuni
NIM: 1910201066

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, tugas akhir ini penulis mempersembahkan kepada

- Agamaku, semoga dicatat oleh Allah Swt sebagai amal ibadah.
- Kepada kedua orang tua saya, Bapak Miftahul Huda dan Ibu Juwarmin yang sudah membiayai kuliah saya, menasehati, memotivasi dan selalu mendoakan saya.
- Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta terkhusus Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Buat semua yang membantu penyusunan, jasamu tak akan selalu aku ingat.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Diam saling mendoakan, bergerak menebar kebahagiaan.



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa kita panjatkan kepada Allah swt, yang telah memberikan rahmat, taufik, serta hidayahnya kepada kita semua, sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya dan yang selalu kita nanti nantikan syafaatnya kelak. Dengan rasa syukur kepada Allah Swt. karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi sebagai tugas akhir di Universitas Islam Negeri UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul “KOMUNIKASI DAKWAH NANANG AKHMAD DALAM MENINGKATKAN RELIGIUSITAS ANGGOTA MARKIFER FC YOGYAKARTA”.

Dalam penulisan ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang terlibat yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material. Penulis juga menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang ada dalam diri penulis. Namun dalam penulisan skripsi ini penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikannya. Untuk itu, penulis sudah sepantasnya mengucapkan rasa terimakasih, penuh hormat, tulus dan ikhlas kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Miftahul Huda dan Ibu Juwarmin yang selalu memberikan dukungan, nasihat serta doa dan kasih sayang yang tak terhingga.
2. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si

3. Bapak Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan arahan selama proses perkuliahan dan telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulisan skripsi sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Khadiq, S.Ag. M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan arahan selama proses perkuliahan dan telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis selama perkuliahan.
5. Dosen dan Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
6. Kepada keluarga, Paman, Bibi, Adik-adik dan Sepupu yang menjadi *moodbooster* penulis.
7. Teman satu fakultas sekaligus Darmi Skwad, Asrof, Jati, Hizbul, Lukman, Futuh, yang selalu memberikan motivasi sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Teman-teman sekolahku Grup Dewe Skwad, Nauval, Muhammad, Tsalisa, Upa dan Iin yang senantiasa mengingatkan untuk terus bertahan.
9. Teman-teman seperti Lela, Dayu dan Himas yang sering bilang “Om ayo ngerjain!”
10. Teman-teman yang lebih senior seperti Mas Gustomi, Mas Irfan, Mas Efendi, Mbak Shintia, Wilda, Mbak Buana, juga teman-teman yang lain dalam Teras Harian yang begitu banyak jasa bagi penulis.

11. Kepada Mas Nanang Akhmad, selaku tokoh utama dari skripsi ini, terima kasih telah menginspirasi. Semoga Tuhan bersama dirimu dan keluargamu.
12. Kepada narasumber yang telah membantu tertulisnya skripsi ini, mulai dari Mas Gemak, Mas Lemboo, Mas Priyo, Mas Seno, Mas Datun, Mas Fuad hingga Mas Affan.
13. Seluruh sahabat seperjuangan keluarga besar KPI 2019 yang memberi banyak kenangan selama proses perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.
14. Kepada diri sendiri, yang akhirnya mampu menyelesaikan penelitian setelah merasakan naik turunnya kehidupan.

Semoga Allah memberikan rahmat kepada kalian semua

Terakhir penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan samanya satu persatu yang telah membantu menyelesaikan penulisan ini. Penulis juga menyadari bahwa penulisan ini jauh dari kata sempurna maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga bisa untuk melengkapi kekurangan dalam penulisan ini.

Yogyakarta, 13 Juli 2023

Penulis

ABSTRAK

Komunikasi Dakwah merupakan hal yang penting dalam meningkatkan religiusitas. Oleh karena itu, penelitian ini membahas tentang komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Nanang Akhmad dalam meningkatkan religiusitas anggota Markifer FC.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang tidak menggunakan angka-angka, sehingga akan menghasilkan data deskriptif berupa hasil pengamatan, kata-kata atau lisan dari orang-orang atau pelaku yang diamati dengan menggunakan pendekatan induktif. Penelitian ini dilatar belakangi oleh sebuah fenomena berdakwah kepada masyarakat majemuk, dalam hal ini adalah menyatukan beragam profesi dalam satu komunitas sepak bola, yang di dalamnya terselip dakwah-dakwah yang membuat religiusitas anggota di dalamnya meningkat. Untuk metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode observasi dan wawancara digunakan untuk memperoleh data tentang strategi dakwah Nanang Akhmad dalam meningkatkan religiusitas anggota Markifer FC. Sedangkan dokumentasi digunakan untuk menggali Markifer FC lebih lanjut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dakwah Nanang Akhmad dengan metode observasi dan wawancara, menghasilkan bahwa pendekatan yang menyesuaikan dilakukan dalam berdakwah mampu meningkatkan religiusitas *mad'u*.

Kata kunci: Komunikasi Dakwah, Meningkatkan Religiusitas, Sepak Bola, Markifer FC

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Da'wah communication is important in increasing religiosity. Therefore, this study discusses the da'wah communication carried out by Nanang Akhmad in increasing the religiosity of Markifer FC members.

This research is a qualitative research that does not use numbers, so it will produce descriptive data in the form of observations, words or spoken words from people or actors who are observed using an inductive approach. The background of this research is the phenomenon of preaching to a pluralistic society, in this case uniting various professions in one football community, in which da'wah is embedded which increases the religiosity of its members. For data collection methods using observation, interviews and documentation. Observation and interview methods were used to obtain data about Nanang Akhmad's da'wah strategy in increasing the religiosity of Markifer FC members. While the documentation is used to explore Markifer FC further.

The results of the study showed that Nanang Akhmad's da'wah communication using observation and interview methods resulted in an appropriate approach in preaching capable of increasing mad'u religiosity.

Keywords: Da'wah Communication, Increasing Religiosity, Football, Markifer FC



DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori.....	12
F. Metode Penelitian.....	22
G. Sistematika Pembahasan	27
BAB II MARKIFER FC YOGYAKARTA	
A. Profil Markifer FC Yogyakarta	28
B. Profil Nanang Akhmad, CEO Markifer FC.....	48
BAB III KOMUNIKASI NANANG AKHMAD DALAM PENGUATAN DAKWAH	
A. Kajian Rutin.....	53
B. Lelang Amal	55
C. One Day One Juz.....	57
D. Lain-lain	59
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran-saran	86

DAFTAR PUSTAKA	89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	91



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu hal yang fundamental dalam kehidupan adalah komunikasi. Dalam Islam, kedudukan komunikasi cukup kuat bagi manusia sebagai makhluk sosial dan makhluk Tuhan. Selain dilakukan terhadap sesama manusia dan lingkungan hidup, komunikasi juga dilakukan dengan Sang Pencipta. *Hablumminallah* dan *Hablumminannas*. Banyak bagian dalam Al-Qur'an yang menjelaskan tentang proses komunikasi. Salah satu contohnya adalah percakapan awal antara Allah SWT, malaikat, dan manusia. Percakapan tersebut juga mencerminkan salah satu kemampuan istimewa yang diberikan Allah SWT kepada manusia, seperti yang dijelaskan dalam ayat-ayat 31-33 dari surah Al-Baqarah dalam Al-Qur'an, sebagai berikut:

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (۳۱)

(قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ) (۳۲) (قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنَّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ) (۳۳)

وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ (۳۳)

“Dan Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda-benda)

seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada para Malaikat lalu berfirman:”Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika memang kamu orang yang benar!”, [31] Mereka menjawab:”Maha Suci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain apa yang telah Engkau ajarkan kepada

kami; sesungguhnya Engkaulah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. [32] Allah berfirman: "Hai Adam, beritahukan kepada mereka nama-nama benda ini". Maka setelah diberitahukannya nama-nama benda itu, Allah berfirman: "Bukankah sudah Kukatakan kepadamu, bahwa sesungguhnya Aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan mengetahui apa yang kamu lahirkan dan apa yang kamu sembunyikan [33]". QS. Al Baqarah 31-33¹

Di sisi lain, sepak bola adalah sebuah olahraga yang mendapatkan popularitas dan *insight* yang luas, juga diminati oleh masyarakat di berbagai belahan dunia. Bahkan, pada saat ini sepak bola menjadi salah satu cabang dari olahraga yang paling populer di dunia, bahkan popularitas sepak bola jauh lebih tinggi dibandingkan olahraga populer lainnya semacam bola voli, basket, maupun tenis. Kemajuan teknologi dan perubahan zaman telah berkontribusi pada meningkatnya popularitas sepak bola, yang pada gilirannya telah menarik minat banyak penggemar dari berbagai belahan dunia. Karena popularitasnya, gairah kepada sepak bola begitu tinggi bagi peminatnya.²

Sejarah sepak bola dimulai pada abad ke-19 di Inggris dan telah berkembang menjadi sebuah olahraga internasional yang sangat populer. Pada tahun 1904, FIFA didirikan sebagai organisasi yang mengatur sepakbola di seluruh dunia. FIFA bertanggung jawab untuk mengatur aturan

¹ Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm.2

² Dahana, Ayub, (2018), Kompetensi Komunikasi Yuli Sumpil dalam Memimpin Kelompok Supporter Aremania

permainan, turnamen, dan kegiatan lainnya yang terkait dengan sepak bola. Selain menjadi sebuah olahraga yang populer, sepak bola juga memiliki dampak sosial dan ekonomi yang besar. Olahraga ini sering dijadikan sebagai alat untuk mempersatukan masyarakat dan menyelesaikan konflik di antara mereka. Selain itu, sepak bola juga menghasilkan banyak uang melalui industri yang berkembang di sekitarnya, seperti televisi, sponsor dan *merchandise*. Namun, selain memiliki dampak positif, sepakbola juga memiliki beberapa masalah, seperti rasisme, kekerasan, dan korupsi. Masalah-masalah ini terkadang memberikan pengaruh terhadap integritas olahraga dan memicu kontroversi di antara para penggemar dan pihak yang terlibat di dalamnya.

Sepak bola telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari seluruh lapisan masyarakat Indonesia, tanpa memandang usia atau status sosial. Baik itu dari kalangan kaya maupun yang terbatas secara finansial, dari lingkungan perkotaan yang ramai hingga desa yang tenang, dan tidak hanya melibatkan laki-laki tetapi juga wanita. Sepak bola memiliki tempat yang istimewa di berbagai segmen masyarakat, bahkan dapat menginspirasi penggemar untuk membentuk kelompok atau komunitas yang dikenal sebagai suporter.

Menjadi pemain sepak bola adalah impian bagi setiap anak yang menyukainya. Namun sayang, banyaknya peminat untuk menjadi pemain sepak bola tidak berbanding lurus dengan realita yang ada. Dewasa ini, orang-orang yang gagal meraih cita-cita sebagai pemain sepak bola,

mengalihkan perhatiannya pada *fun football* yang sedang populer belakangan ini. *Fun football* dilakukan oleh pecinta sepak bola yang ingin menikmati olahraga tersebut tanpa terlalu memperhatikan tingkat keahlian atau intensitas dalam permainan. Bentuk permainan sepak bola yang ramah namun tetap melibatkan aktivitas fisik menjadi populer karena tidak memerlukan wasit khusus dalam pelaksanaannya.³

Pada awalnya, *fun football* diperkenalkan kepada anak-anak berusia antara 5 hingga 10 tahun. Tujuan awalnya adalah mengenalkan aktivitas fisik kepada teman sebaya mereka dan membantu mereka belajar fokus serta membangkitkan minat mereka terhadap dunia sepak bola. Umumnya, permainan *fun football* dilakukan di sekolah atau lembaga kursus sebagai cara untuk menciptakan suasana belajar yang menyenangkan dan memperkenalkan aktivitas fisik di luar ruangan. Hal ini bertujuan agar anak-anak merasa senang dan antusias ketika terlibat dalam kegiatan ini. Umumnya, anak-anak juga diajarkan bagaimana cara melakukan tendangan bola, mengejar bola, dan menggiring bola ke arah gawang.

Sepak bola dan dakwah sejatinya bisa saling terintegrasi dan interkoneksi, sebab dakwah Islam terbukti bisa tersampaikan dengan baik melalui pemain Liverpool berkebangsaan Mesir, Mohamed Salah yang mengurangi Islamofobia di Inggris. Di Inggris, sebuah penelitian dilakukan untuk mengamati hubungan antara fenomena Mohamed Salah dan

³ Farah Nabilla, "Apa Itu Fun Football yang Harus Ditampilkan Ronaldinho Bareng RANS Nusantara". Suara.com. <https://www.suara.com/bola/2022/06/27/164431/apa-itu-fun-football-yang-seharusnya-ditampilkan-ronaldinho-bareng-rans-nusantara> diakses tanggal 5 Maret 2023

penurunan angka Islamofobia di negara tersebut. Kesimpulan yang menarik diperoleh dari penelitian yang diberi judul *“Can Exposure to Celebrities Reduce Prejudice? The Effect of Mohamed Salah on Islamophobic Behaviors and Attitudes”* tersebut. Menurut penelitian tersebut, terungkap bahwa kejahatan rasial terkait Islamofobia di Merseyside, yang merupakan wilayah di Inggris yang mencakup Kota Liverpool, mengalami penurunan sebesar 16 persen setelah Mohamed Salah bergabung dengan klub Liverpool. Tak hanya itu, fenomena Mohamed Salah juga membuat Selain itu, dampak dari fenomena Mohamed Salah juga meningkatkan minat publik di Inggris terhadap agama Islam. Dari fenomena tersebut, Terkenallah salah satu kalimat dalam yel-yel klub sepak bola tersebut, yang berbunyi., *“If he scores another few then I’ll be Muslim too”*, dalam Bahasa Indonesia artinya menjadi *“Jika dia mencetak gol-gol baru, aku pun akan menjadi Muslim.”*⁴

Contoh lain datang dari pemain sepak bola asal Uruguay yang kini menjadi warga negara Indonesia, yakni Christian Gonzales. Mantan pemain Timnas Indonesia tersebut merupakan seorang mualaf, karena telah lama di Indonesia dan mendapatkan istri asal Indonesia, Eva. Semenjak masuk Islam, pria yang memiliki nama Islam Musthofa Habibi itu kerap mengunggah konten-konten islami dalam akun Instagram pribadinya, sehingga menjadi contoh untuk orang lain.

⁴ Muhammad Subarkah. “Islamofobia dan Dakwah Ala Mohamed Salah di Masa Kini”. *Republika.co.id*. <https://www.republika.co.id/berita/qzjw6e385/islamofobia-dan-dakwah-ala-mohamed-salah-di-masa-kini>. Diakses 5 Maret 2023

Dalam agama Islam, umatnya diwajibkan untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan atau mendakwahkan kebenaran ajaran Islam kepada orang lain, seperti mengajak untuk melakukan kebaikan dan mencegah kemungkaran. Penyampaian pesan dakwah tidak terbatas pada kesempatan formal seperti majelis taklim, pengajian, atau acara sejenis. Selain itu, terdapat berbagai media dan ruang nonformal yang dapat digunakan, seperti mengikuti pelatihan yang terkait dengan nilai-nilai keislaman. Merujuk pada fenomena *Fun Football* dan penelitian "*Can Exposure to Celebrities Reduce Prejudice? The Effect of Mohamed Salah on Islamophobic Behaviors and Attitudes*", Markifer FC selaku komunitas *Fun Football* memiliki tujuan untuk berdakwah melalui sepak bola.

Markifer FC merupakan sebuah komunitas *Fun Football* yang fokusnya bukan hanya pada bermain sepak bola, melainkan juga melibatkan aktivitas dakwah. Kesekretariatannya terletak di Jl. Selokan Mataram CT 3 No 5C, Kocoran, Caturtunggal, Depok, Sleman. Seluruh rencana kegiatan, mulai dari bermain bola, penjualan jersey, kajian rutin hingga lelang amal, bermuara di tempat yang dinamai Lorkali tersebut, sebab letaknya berada di utara kali Selokan Mataram.

Markifer FC berdiri atas inisiasi pemuda asal Yogyakarta, yakni Nanang Akhmad. Salah satu faktor berdirinya Markifer FC timbul dari kesadaran Nanang Akhmad bahwa berdakwah tidak harus secara formal, namun bisa secara non formal.

Mengetahui bahwa dakwah tidak hanya disampaikan melalui kesempatan formal seperti majelis taklim, pengajian, khutbah maupun ceramah, peneliti tertarik untuk mengetahui komunikasi yang dimiliki oleh Nanang Akhmad dalam meningkatkan religiusitas anggota Markifer FC. Dengan demikian, peneliti memilih “**KOMUNIKASI DAKWAH NANANG AKHMAD DALAM MENINGKATKAN RELIGIUSITAS ANGGOTA MARKIFER YOGYAKARTA**” untuk judul yang akan dipakai.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang dikaji adalah “Bagaimana komunikasi dakwah Nanang Akhmad dalam meningkatkan religiusitas anggota *Fun Football* Markifer FC Yogyakarta?”

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan komunikasi dakwah Nanang Akhmad, selaku owner komunitas *fun football* dalam meningkatkan religiusitas anggota Markifer FC. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjadi sumber pembelajaran bagi mahasiswa dan individu yang terlibat dalam dunia serupa, mengenai

cara yang efektif dan kreatif dalam menyampaikan dakwah kepada anggota komunitas *fun football*, seperti Nanang Akhmad.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah wawasan, pengetahuan ataupun evaluasi untuk lembaga terkait.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sebuah referensi atau rujukan bagi penulis yang ingin meneliti terkait kompetensi komunikasi dalam sebuah lembaga.

D. Kajian Pustaka

Melakukan kajian pustaka adalah awal dari langkah penulis sebelum melakukan penelitian dalam proposal skripsi. Hal ini dilakukan agar terhindar dari adanya kesamaan penelitian skripsi yang sudah ada sebagai berikut:

Pertama, penelitian oleh Ahmad Farras, dengan judul “Komunikasi Dakwah dalam Pembinaan Akhlak Siswa SMA Negeri 1 Banggai Laut”.

Skripsi ini membahas mengenai studi tentang komunikasi dakwah dalam pembinaan akhlak siswa di SMA Negeri 1 Banggai Laut. Masalah yang dikaji dalam penelitian tersebut adalah bagaimana komunikasi dakwah dalam pembinaan akhlak siswa, upaya sekolah melalui komunikasi dakwah

dalam pembinaan akhlak siswa, serta apa saja faktor pendukung dan penghambat komunikasi dakwah dalam pembinaan akhlak siswa SMA Negeri 1 Banggai Laut. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan oleh penulis. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang dilakukan meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Dari kajian yang dilakukan, penulis menemukan bahwa komunikasi dakwah yang dilakukan oleh SMA Negeri 1 Banggai Laut dalam pembinaan akhlak siswa yaitu melalui bimbingan, kegiatan keagamaan, pembelajaran di kelas ataupun kegiatan ekstrakurikuler. Berdasarkan isi penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Farras memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis. Yakni sama-sama mendeskripsikan strategi suatu Lembaga melalui kebijakan-kebijakan programnya, guna meningkatkan religiusitas elemen di dalamnya. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek yang diteliti, waktu, serta tempat penelitian.

Kedua, penelitian oleh Qorry 'Aina dengan judul "Strategi Kreatif Produser Program Acara Pendapa Kang Tedjo TVRI D.I. Yogyakarta dalam Menarik Minat Penonton". Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi kreatif produser Pendapa Kang Tedjo dalam menarik minat penonton. Penelitian ini menggunakan teori strategi kreatif milik Naratama untuk mengetahui strategi kreatif yang diterapkan oleh Indra Irawan pada tahapan produksi sebagai produser. Penelitian ini menggunakan metode

deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi lapangan, wawancara mendalam atau depth interview dan dokumentasi. Setelah itu data yang telah terkumpul dilakukan analisis melalui proses reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dilihat dari penelitian tersebut, bisa disimpulkan bahwa penelitian Qorry 'Aina mirip dengan milik penulis. Yakni sama-sama mendeskripsikan strategi seseorang melalui inisiatif tindakannya, guna menarik minat seseorang untuk bergabung. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek yang diteliti, waktu, serta tempat penelitian.

Ketiga, penelitian oleh Farizal Ahmad dengan judul “Komunikasi Dakwah Pengurus Masjid dalam Memakmurkan Masjid Al-Muttaqin di Kampung Rejo Sari Kecamatan Negeri Agung Way Kanan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan komunikasi dakwah yang dilakukan oleh pengurus masjid dalam meningkatkan kehidupan beribadah di Masjid Al-Muttaqin di Kampung Rejo Sari, Kecamatan Negeri Agung, Way Kanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan merupakan penelitian deskriptif. Sampel yang terlibat dalam penelitian ini terdiri dari enam individu jama'ah Masjid Al-Muttaqin. Dilihat dari isi penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Farizal Ahmad tidak jauh dengan penelitian yang penulis lakukan. Yakni sama-sama mendeskripsikan komunikasi dakwah melalui ide kreatifnya, guna meningkatkan religiusitas anggotanya. Sedangkan

perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek yang diteliti, waktu, serta tempat penelitian.

Keempat, penelitian oleh Bayu Setiawan dengan judul “Komunikasi dakwah KH. Achmad Muhson dalam Meningkatkan Keberagaman Masyarakat Desa Tirtomulyo Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal”. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang tidak melibatkan penggunaan angka atau data numerik. Penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif yang diperoleh melalui pengamatan, kata-kata, atau interaksi lisan dengan individu atau pelaku yang menjadi objek penelitian. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dan merupakan jenis penelitian deskriptif. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, metode observasi dan wawancara digunakan untuk mengumpulkan data mengenai strategi pembelajaran yang dilakukan oleh Kyai dalam membentuk akhlak santri di pesantren, lalu dokumentasi berfungsi untuk mengumpulkan data mengenai sarana prasarana dan dokumentasi Pondok Pesantren Nurussofiah Tirtomulyo Plantungan. Berdasarkan isi penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Bayu Setiawan memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis. Yakni sama-sama mendeskripsikan komunikasi dakwah seorang tokoh melalui ide kreatifnya, guna meningkatkan religiusitas anggotanya. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek yang diteliti, waktu, serta tempat penelitian.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi

Istilah "komunikasi" atau "communication" dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin "communicatio", yang berasal dari kata "communis" yang memiliki arti "sama makna" atau "mempunyai arti yang sama".⁵ Maksud dari sama adalah tentang sama makna. Dalam konteks tersebut, ketika dua individu terlibat dalam komunikasi, seperti dalam percakapan, komunikasi akan terjadi dan berlangsung selama terdapat kesamaan makna mengenai topik yang sedang dibahas. Dalam terminologi, menurut Harold Laswell dalam bukunya *"The Structure and Function of Communication in Society"*, komunikasi dapat dijelaskan sebagai proses penyampaian pesan melalui saluran tertentu kepada penerima, yang kemudian menimbulkan efek tertentu.

Gerald R. Miller menjelaskan bahwa komunikasi dapat diartikan sebagai situasi yang memungkinkan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima dengan tujuan yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Dalam konteks yang lebih luas, Gerald R. Miller menggambarkan komunikasi sebagai upaya untuk mempengaruhi perilaku penerima.⁶ Dapat disimpulkan, bahwa

⁵ Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2011), hlm.9

⁶ Ngalimun, Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis, (Yogyakarta: Pusaka Baru Press, 2017), hlm.29

komunikasi bukan hanya tentang penyampaian pesan, simbol, atau tanda, tetapi juga memiliki tujuan untuk mempengaruhi individu atau sekelompok orang agar melakukan aktivitas atau tindakan tertentu.

2. Dakwah

Secara etimologis, istilah "dakwah" berasal dari kata dasar "*da'a*", "*yad'u*", dan "*da'watan*", yang memiliki arti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, dan mendorong. Sedangkan dalam terminologi, dakwah merujuk pada tindakan mengajak dan menyeru umat Islam untuk mengikuti pedoman hidup yang diridhai oleh Allah SWT, melalui pelaksanaan amar ma'ruf nahi munkar.⁷ Setiap muslim dan muslimah memiliki kewajiban untuk melakukan dakwah dalam setiap masa dan situasi yang mereka hadapi. Dalam buku *Fiqhud Da'wah* karya M. Natsir, dijelaskan bahwa dakwah dalam arti luas, Dakwah adalah kewajiban yang harus dipikul oleh tiap-tiap muslim dan muslimah⁸.

Menurut M. Arifin, dakwah adalah suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang secara individu maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengamalan terhadap ajaran

⁷ Ahmad Warson Munawir, *Kamus Al Munawir Arab Indonesia*, (Surabaya : Pustaka Progresif, 1997), hlm.406.

⁸ Abdur Razzaq, 2014, *Dinamika Dakwah dan Politik Dalam Pemikiran Islam Modernis di Indonesia*. Wardah: Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan, 15(1), hlm.7-15.

agama, pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan.⁹

Dari pengertian, “komunikasi dan dakwah”, dijelaskan oleh Ahmad Mubarak dalam buku Psikologi Dakwah, bahwa kegiatan dakwah merupakan kegiatan komunikasi, yang mana *da'i* mengkomunikasikan pesan dakwah kepada *mad'u*, baik secara perseorangan maupun kelompok. Secara teknis, dakwah adalah komunikasi *da'i* dan *mad'u*. Prinsip-prinsip hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi juga berlaku dalam konteks dakwah. Hambatan komunikasi menjadi hambatan dalam proses dakwah, dan cara mengungkapkan apa yang tersembunyi di balik perilaku manusia dalam dakwah serupa dengan apa yang perlu dilakukan dalam komunikasi dengan individu sebagai komunikan.¹⁰

Dalam konteks komunikasi dakwah, tidak hanya sekadar menggabungkan pengertian komunikasi dengan pengertian dakwah.

Oleh karena itu, untuk memahami konsep komunikasi dakwah, penting untuk mengkajinya secara holistik, tidak hanya dengan memisahkan setiap komponen yang terlibat, tetapi juga melihat hubungan fungsional antara komponen-komponen tersebut, dengan jelasnya menentukan tujuan yang ingin dicapai.

⁹ Moh. Ali Aiz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm.11

¹⁰ Muslimin Ritonga, Komunikasi Dakwah Zaman Milenial, (Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI), Vol. 3, No 1, 2019 ISSN: 2621-9492)

Diperlukan sebuah materi yang sesuai dengan ajaran Islam sebelum suatu pesan dakwah disampaikan kepada komunikan yang tujuannya mempengaruhi dan mengajak. Dalam komunikasi dakwah, tidak hanya fokus pada tujuan yang ingin dicapai, tetapi juga menekankan pada efek yang timbul pada komunikan sebagai hasil dari penyampaian pesan. Lebih jauh dari itu, apabila ditinjau dari prosesnya, Dalam konsep dakwah sebagai komunikasi, ditegaskan bahwa dalam proses tersebut melibatkan dua komponen, yaitu da'i sebagai komunikator dan mad'u sebagai komunikan. Di samping itu, dalam proses dakwah, komunikasi tidak hanya bertujuan untuk memberikan pemahaman, mempengaruhi sikap, dan membangun hubungan sosial yang baik. Tetapi, tujuan utama dalam komunikasi dakwah adalah mendorong komunikan untuk bertindak dan mengimplementasikan ajaran-ajaran agama sebelum memberikan pemahaman, mempengaruhi sikap, dan membangun hubungan yang baik.

3. Komunikasi Organisasi

Menurut Goldhaber yang dikutip oleh Muhammad dalam bukunya berjudul "Komunikasi Organisasi", komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling bertukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain, dengan tujuan mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah. Tubbs dan Moss mengungkapkan bahwa ciri utama komunikasi organisasional melibatkan faktor-faktor struktural dalam organisasi yang memerlukan anggota untuk bertindak sesuai dengan

peran yang diharapkan. Di sisi lain, Pace dan Faules mengklasifikasikan komunikasi organisasional menjadi dua kategori, yaitu definisi fungsional dan definisi interpretatif. Definisi fungsional komunikasi organisasi adalah sebagai proses pertukaran dan interpretasi pesan antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari organisasi tertentu. Sementara itu, definisi interpretatif komunikasi organisasi lebih menekankan pada upaya penanganan pesan yang melintasi batas-batas organisasional. Aspek yang paling penting dalam komunikasi organisasi melibatkan pembuatan pesan, penafsiran pesan, dan koordinasi kegiatan anggota organisasi. Bagaimana komunikasi berlangsung dalam konteks organisasi dan maknanya bergantung pada pandangan individu terhadap organisasi tersebut.

4. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antarpribadi adalah proses yang melibatkan penyampaian pikiran dan perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman, pengertian, dan menghasilkan tindakan tertentu.¹¹ Secara umum, komunikasi interpersonal dapat dijelaskan sebagai proses saling bertukar informasi antara komunikator dan komunikan. Jenis komunikasi ini dianggap sangat efektif dalam mengubah sikap, pendapat, atau perilaku

¹¹ Onong Uchjana Effendi, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1990), cet.ke-5, 126

seseorang, karena melibatkan interaksi dialogis dalam bentuk percakapan.

Menurut Taufik Rahman, Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan antara orang yang berbicara dan yang mendengar menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang melibatkan hanya dua orang. Contohnya seperti antara komunikasi suami dan istri, dua orang rekan kerja, dua sahabat dekat, antara guru dan muridnya, dan sebagainya.¹²

Dampak dari komunikasi interpersonal dapat langsung dirasakan oleh pihak yang terlibat pada saat itu juga.¹³ Hubungan interpersonal adalah jenis hubungan yang berlangsung, dan salah satu keuntungannya adalah kemampuan untuk segera mendapatkan reaksi atau tanggapan balik. Dalam hubungan interpersonal, proses komunikasi menjadi lebih jelas dan komunikan dapat memberikan umpan balik secara langsung kepada komunikator.

5. Teori Religiusitas

Religiusitas adalah pada bentuk kepercayaan yang melibatkan penghayatan dalam kehidupan sehari-hari dengan

¹² Taufik Rahman, Implementasi Kinesik, Proksemik, Paralinguistik dan Self Disclosure dalam Komunikasi Antarpribadi, Jurnal Semiotik,

¹³ Sr. Maria Assumpta Rumanti OSF, Dasar-Dasar Public Relation Teori dan Praktis, (Jakarta : Grasindo, 2002), cet. Ke-1, 88

menginternalisasikannya. Glock dan Stark berpendapat bahwa agama melibatkan simbol, sistem keyakinan, dan sistem perilaku terstruktur yang berpusat pada pertanyaan-pertanyaan yang dianggap paling berarti secara maknawi (*ultimate meaning*). Asal kata religius berasal dari Bahasa Latin, *religiosus*, yang merupakan kata sifat dari kata benda *religio*. Glock dan Stark mengemukakan bahwa keberagaman seseorang merujuk pada tingkat ketaatan dan komitmen seseorang terhadap agamanya. Dengan kata lain, keberagaman seseorang pada dasarnya mencerminkan proses internalisasi nilai-nilai agama yang kemudian menyatu dalam diri individu dan membentuk perilaku sehari-hari.¹⁴

Glock dan Stark mengklasifikasikan religiusitas ke dalam lima dimensi untuk mempermudah pemahaman, di antaranya:

a. Dimensi Keyakinan (*the ideological dimension*)

Dimensi keyakinan menggambarkan kepercayaan individu terhadap ajaran yang dianutnya dengan mempertimbangkan apa yang dianggap benar oleh individu tersebut. Dalam konteks ajaran Islam, dimensi keyakinan melibatkan keyakinan terhadap rukun iman, kebenaran-kebenaran, dan aspek-aspek gaib yang diajarkan dalam agama. Dimensi keyakinan sendiri digambarkan sebagai tingkatan sejauh

¹⁴ Glock & Stark (1969). *Religion and society intension*. California: Rand Mc Nally Company.

mana seseorang menerima dan mengakui hal-hal yang bersifat dogmatik dalam agamanya.

b. Dimensi Peribadatan dan Praktik (*the ritualistic dimension*)

Dimensi peribadatan dan praktik berhubungan dengan pelaksanaan praktik keagamaan yang dilakukan oleh penganut agama. Di dalam dimensi ini, praktik keagamaan dapat berupa kegiatan personal maupun kegiatan yang dilakukan secara umum. Peribadatan dan praktik ini mencakup perilaku ibadah, ketaatan, dan segala tindakan yang dilakukan seseorang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Dalam Islam, sebagian dari pengharapan ritual itu diwujudkan dalam shalat, zakat, puasa, qurban dan sebagainya.

c. Dimensi Penghayatan atau *Feeling* (*the experiential dimension*)

Dimensi penghayatan membicarakan tentang tingkat penghayatan seseorang terhadap ajaran agamanya, perasaan mereka terhadap Tuhan, dan bagaimana mereka memperlihatkan sikap terhadap agama. Meskipun tidak dapat dikatakan bahwa seseorang telah mencapai kesempurnaan dalam beragama, pengalaman yang muncul dalam dimensi ini dapat menjadi harapan-harapan yang ada dalam diri individu tersebut.

d. Dimensi Pengetahuan Agama (*the intellectual dimension*)

Dimensi pengetahuan agama meliputi sejauh mana seseorang memahami pengetahuan agamanya dan seberapa besar ketertarikan mereka terhadap aspek-aspek agama yang mereka anut. Dimensi ini mengimplikasikan harapan bahwa individu yang beragama setidaknya memiliki pengetahuan dasar mengenai keyakinan dasar, ritual, kitab suci, dan tradisi-tradisi agama. Sebelum menjalankan dan menerapkan ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam dimensi ini, seseorang seharusnya memiliki pemahaman dasar mengenai agamanya, termasuk kewajiban, larangan, anjuran, dan sebagainya.

e. Dimensi Efek atau Pengalaman (*the consequential dimension*)

Dimensi efek atau pengalaman ini membahas tentang bagaimana seseorang mampu mengimplikasikan ajaran agamanya sehingga mempengaruhi perilaku seseorang dalam kehidupan sosialnya. Dimensi ini berhubungan dengan keputusan dan komitmen individu dalam masyarakat berdasarkan keyakinan, ritual, pengetahuan, dan pengalaman pribadi mereka.¹⁵

¹⁵ Duratun Nasikhah, Dra. Prihastuti, SU, loc.cit

Dimensi-dimensi keberagaman yang dikemukakan oleh Glock dan Stark memiliki kesesuaian tertentu dalam konteks Islam. Aspek iman sejalan dengan dimensi keyakinan, aspek Islam sejalan dengan dimensi peribadatan, aspek ihsan sejalan dengan dimensi penghayatan, aspek ilmu sejalan dengan dimensi pengetahuan, dan aspek amal sejalan dengan dimensi pengamalan.¹⁶ Beberapa faktor yang mempengaruhi religiusitas mencakup faktor internal yang dijelaskan oleh berbagai teori dengan pendekatan yang berbeda. Misalnya, aspek kejiwaan yang dipahami oleh ahli psikologi. Selain itu, faktor hereditas mengindikasikan bahwa jiwa keagamaan tidak secara langsung diwariskan secara turun temurun, tetapi terbentuk melalui berbagai unsur kejiwaan kognitif, afektif, dan konatif. Terakhir adalah faktor eksternal yang mengemukakan bahwa yang dinilai berpengaruh dalam religiusitas dapat dilihat dari lingkungan di mana seseorang hidup.

¹⁶ Alwy (2014). Perkembangan Religiusitas Remaja Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, hlm. 6

F. Metode Penelitian

1) Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu serta perilaku yang dapat diamati. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengeksplorasi dan memberikan klarifikasi tentang suatu fenomena atau realitas sosial dengan cara mendeskripsikan sejumlah variabel yang terkait dengan masalah dan unit penelitian yang sedang diteliti.

Dalam proses analisis data kualitatif, data yang dihasilkan berbentuk kata-kata dan bukan sekumpulan angka. Data dikumpulkan melalui berbagai metode (observasi, wawancara, ringkasan dokumen, perekaman audio), yang sering kali diproses sebelum digunakan. Namun, analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang disusun dalam teks yang lebih lengkap. Pendekatan analisis dalam konteks ini melibatkan tiga tahapan kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sebagaimana dijelaskan oleh Miles dan Huberman.

2) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yakni:

a. Data Primer

Data ini merupakan hasil penelitian yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui proses wawancara

dengan Nanang Akhmad.¹⁷ Serta beberapa anggota Markifer FC terkait strategi kreatif Nanang Akhmad dalam meningkatkan kereligiuitasan anggota Markifer FC.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip tertulis yang dimiliki oleh Markifer FC, serta berbagai informasi terkait yang relevan dengan penelitian.

3) Subjek dan Objek

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Nanang Akhmad sebagai pemilik Markifer FC yang menjadi informan kunci. Sedangkan objek penelitian dalam penelitian ini adalah komunikasi dakwah beliau dalam meningkatkan religiusitas anggota Markifer FC.

4) Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak 24 Januari 2023 dan diperkirakan hingga 5 Juli 2023, bertempat di *home base* atau markas dari Markifer FC, di Jl. Selokan Mataram CT 3 No 5C, Kocoran, Caturtunggal, Depok, Sleman.

¹⁷ Subjek yang ditetapkan oleh peneliti, owner Markifer FC

5) Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni:

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data primer yang melibatkan pengamatan langsung yang seksama dan sistematis terhadap perilaku subjek penelitian, dengan menggunakan alat indera untuk mendapatkan informasi yang relevan.

Dalam proses observasi, peneliti mengamati secara langsung berjalannya proses komunikasi dakwah, sebab peneliti juga sebagai anggota Markifer FC, observasi berlangsung dalam tim Markifer FC, mulai 24 Januari 2023 hingga 5 Juli 2023. Dalam kurun waktu tersebut, peneliti mengamati sekali dalam seminggu, sesuai jadwal kegiatan Markifer FC.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini. Teknik wawancara yang akan digunakan adalah wawancara mendalam (*depth interview*). Wawancara mendalam akan dilakukan kepada subjek penelitian, yaitu Nanang Akhmad sebagai pemilik Markifer FC, serta beberapa anggota Markifer FC.

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data primer. Teknik wawancara yang akan digunakan adalah wawancara mendalam (*depth interview*). Wawancara mendalam akan dilakukan kepada

subjek penelitian yakni Nanang Akhmad selaku owner Markifer FC, juga beberapa anggota Markifer FC.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data untuk memperoleh banyak data dan mendapatkan data pendukung dalam menganalisis data lainnya. Data yang dimaksud yakni berupa file dan berkas yang berkaitan dengan apa yang sedang diteliti seperti foto kegiatan, arsip penjadwalan, dan lain sebagainya.

6) Metode Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif melibatkan penyusunan secara sistematis hasil data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data tersebut nantinya akan dijabarkan dalam unit-unit, disusun berdasarkan pola, pemilihan informasi mana yang penting dan akan dipelajari, dan hasilnya akan dihimpun menjadi satu kesatuan. Pada penelitian ini, data yang sudah terkumpul akan dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan teknik analisis milik Miles dan Huberman, yakni sebagai berikut.¹⁸

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan dalam proses analisis yang melibatkan pemilihan, fokus, abstraksi, dan transformasi data

¹⁸ Basrowi dan Suwandi, Memahami Penelitian Kualitatif (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 209-210.

mentah yang diperoleh dari lapangan. Proses ini berlangsung dari awal hingga akhir penelitian. Reduksi bertujuan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan pengorganisasian hingga bisa ditarik suatu interpretasi.

b. Penyajian Data

Penyajian data melibatkan penyusunan informasi yang terstruktur yang memungkinkan untuk menyimpulkan dan mengambil tindakan yang tepat.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Dalam tahap ini, peneliti merumuskan proposisi berdasarkan prinsip logika, yang kemudian dijadikan temuan penelitian. Dilanjutkan dengan melakukan analisis yang berulang-ulang terhadap data yang ada, mengelompokkan data yang terbentuk, dan menyusun proposisi yang telah dirumuskan. Langkah selanjutnya adalah melaporkan hasil penelitian secara lengkap, termasuk temuan-temuan baru yang berbeda dengan temuan yang sudah ada sebelumnya.

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif melibatkan pencarian dan penyusunan data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya secara sistematis. Hal ini bertujuan agar data dapat dipahami dengan mudah dan temuan penelitian dapat disampaikan kepada orang lain dengan jelas. Proses analisis data melibatkan pengorganisasian data, menguraikannya menjadi unit-unit yang lebih kecil, melakukan sintesis, mengidentifikasi pola-

pola yang muncul, memilih informasi yang relevan untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat disampaikan kepada orang lain melalui narasi. Terdapat pandangan lain yang menyatakan bahwa analisis data kualitatif merupakan proses sistematis dalam mencari dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya. Tujuan dari analisis ini adalah agar data tersebut dapat dipahami dengan mudah dan temuan penelitian dapat disampaikan kepada orang lain dengan jelas.

G. Sistematika Pembahasan

Agar dalam penyusunan skripsi ini terlihat lebih sistematis. Maka peneliti menyusun gambaran umum dalam penyusunan skripsi.

Pada **BAB I** terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan kajian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan

Pada **BAB II** gambaran Markifer FC Yogyakarta, profil Nanang Akhmad selaku owner Markifer FC Yogyakarta.

Pada **BAB III** membahas Komunikasi Dakwah Nanang Akhmad dalam Meningkatkan Religiusitas Anggota Markifer FC Yogyakarta

Pada **BAB IV** merupakan bab kesimpulan dan saran yang menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Urgensi dan eksistensi komunikasi dakwah menunjukkan bahwa model komunikasi itu merupakan hal yang sangat penting dalam terwujudnya sebuah dakwah. Dalam konteks komunikasi dakwah, terdapat aspek sikap, tingkah laku, menjadi contoh yang baik, dan strategi yang harus diperhatikan dalam berinteraksi dengan mad'u. Sebagai kesimpulan pada bab penutup penyusunan skripsi ini, penulis menyimpulkan beberapa poin utama sebagai berikut:

1. Pelaksanaan komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Nanang Akhmad kepada anggota Markifer FC sesuai dengan kondisi anggota yang majemuk. Model-model dakwah yang diterapkan juga memiliki dampak positif seperti menyatukan berbagai latar belakang dengan sepak bola, khususnya para anggota Markifer FC.
2. Dakwah yang diterapkan tidaklah monoton. Sebab, selain ceramah atau kajian ada *fun football*, lelang amal dan *one day one juz* saat Bulan Ramadhan. Adapun mengenai kajian, narasumber yang didatangkan juga beragam. Mulai dari Muzzamil Hasballah yang merupakan penghafal Al-Qur'an dan Arsitek, ada juga Aresdi Mahdi yang memiliki latar belakang pengusaha dan *muslimpreneur*.
3. Dalam rangka mencapai efektivitas maksimal dalam dakwah, Nanang Akhmad mengimplementasikan komunikasi dakwah yang sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u yang dihadapinya.

4. Meskipun Nanang Akhmad menghadapi beberapa kendala atau hambatan saat berdakwah, beliau tidak pernah menyerah dan tetap menjaga sikap sabar dalam menghadapi segala tantangan dan masalah yang muncul.

B. Saran-saran

Setelah melakukan penelitian tentang komunikasi dakwah Nanang Akhmad, penulis ingin memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan, sebagai berikut:

1. Peningkatan Keterampilan Komunikasi: Dalam rangka meningkatkan efektivitas dakwah, Nanang Akhmad perlu terus mengembangkan keterampilan komunikasinya. Ini meliputi kemampuan berbicara dengan jelas, mendengarkan secara aktif, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan mengadaptasi gaya komunikasi sesuai dengan audiens yang dituju.
2. Pemahaman yang Mendalam tentang Mad'u: Penting bagi Nanang Akhmad untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang karakteristik, kebutuhan, dan tantangan yang dihadapi oleh mad'u (penerima dakwah). Hal ini akan membantu dalam menyampaikan pesan dengan cara yang relevan dan memotivasi mereka untuk bertindak.
3. Penyesuaian Komunikasi Dakwah: Setiap mad'u memiliki latar belakang, pemahaman, dan kebutuhan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, Nanang Akhmad perlu mengadopsi komunikasi dakwah yang sesuai dengan situasi dan audiens yang dihadapi. Fleksibilitas dalam pendekatan dan penggunaan metode yang beragam akan membantu mencapai hasil yang lebih efektif.

4. **Pembangunan Hubungan yang Positif:** Nanang Akhmad perlu membangun hubungan yang baik dengan mad'u. Ini dapat dilakukan dengan menjadi pendengar yang empati, menghormati pandangan mereka, dan memberikan perhatian kepada kebutuhan dan aspirasi mereka. Dengan membangun hubungan yang positif, dakwah akan menjadi lebih efektif dan berdampak jangka panjang.
5. **Kontinuitas dan Konsistensi:** Penting bagi Nanang Akhmad untuk menjaga kontinuitas dan konsistensi dalam dakwahnya. Hal ini meliputi konsistensi pesan yang disampaikan, kesinambungan dalam upaya dakwah, dan komitmen dalam melibatkan mad'u dalam kegiatan yang mendukung ajaran agama.
6. **Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial:** Nanang Akhmad dapat memanfaatkan teknologi dan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas. Dengan memahami dan menggunakan platform media sosial dengan bijak, dakwah dapat menjangkau lebih banyak orang dan memberikan dampak yang lebih besar.
7. **Peningkatan Diri:** Nanang Akhmad perlu terus meningkatkan pengetahuan dan pemahamannya tentang agama Islam serta isu-isu terkini yang relevan. Dengan memperbarui pengetahuan dan wawasan, dakwahnya akan menjadi lebih kuat dan berbasis pada pemahaman yang baik.
8. **Kolaborasi dan Kerjasama:** Penting bagi Nanang Akhmad untuk berkolaborasi dengan komunitas dan kelompok lain yang memiliki tujuan yang sama dalam melakukan dakwah. Melalui kerjasama, upaya dakwah

dapat diperluas, sumber daya dapat saling dimanfaatkan, dan hasil yang lebih signifikan dapat dicapai.

9. Evaluasi dan Refleksi: Nanang Akhmad perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap aktivitas dakwahnya. Melalui refleksi dan evaluasi, ia dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam komunikasi dakwahnya, serta melakukan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan hasilnya. Semoga saran-saran ini dapat membantu Nanang Akhmad dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwahnya dan mencapai hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwy, *Perkembangan Religiusitas Remaja Yogyakarta: Kaukaba Dipantara*, 2014.
- Bik, Muhammad Al-Khudri. *Tarikh at-Tasyri' al-Islami*, 1968.
- Djidin, M, *Kronologi Al Qur'an*, Sleman: Deepublish, 2022.
- Glock & Stark, *Religion and society intension*. California: Rand Mc Nally Company, 1969.
- Laswell, Harold, *The Structure and Function of Communication in Society*, 1948
- Sudarman, A, *Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal*, dalam *Jurnal Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 35-54, 2018.
- Permana, R. *Strategi Komunikasi Dakwah Band Wali dalam Lagu Cari Berkah*. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), 119-136, 2013
- Rahman, Taufik, *Implementasi Kinesik, Proksemik, Paralinguistik dan Self Disclosure dalam Komunikasi Antarpribadi*, *Jurnal Semiotik*, 2021.
- Ritonga, Muslimin, *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3(1), 60-77, 2019.
- Rumakat, M.T., *Strategi Komunikasi Dakwah Kaum Salaf*. *Jurnal Peurawi*, 1(1), 2017
- Salam, Syamsir dan Jaenal Aripin, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006
- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008
- 'Aina, Qorry. *Strategi Kreatif Produser Program Acara Pendapa Kang Tedjo TVRI D.I. Yogyakarta dalam Menarik Minat Penonton*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.
- Farras, Ahmad, *Komunikasi Dakwah dalam Pembinaan Akhlak Siswa SMA Negeri Banggai Laut*, Institut Agama Islam Negeri Palu, 2018.
- Ahmad, Farizal, *Komunikasi Dakwah Pengurus Masjid dalam Memakmurkan Masjid Al-Muttaqin di Kampung Rejo Sari Kecamatan Negeri Agung Way Kanan*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2023.

Setiawan, Bayu. *Komunikasi Dakwah KH. Achmad Muhson dalam Meningkatkan Keberagaman Masyarakat Desa Tirtomulyo Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019

QS. Al-Alaq : 1-5, Muzammil : 5, Al-Baqarah : 31-33, Thaha : 2

Wawancara

Hasil wawancara dengan Nanang Akhmad, owner komunitas *fun football* Markifer FC Yogyakarta, 24 Januari 2023.

Hasil wawancara Ahmad Futuh Akmaladini, Mahasiswa, anggota Markifer FC, 23 Januari 2023.

Hasil wawancara Faiz Tsani Ash-Shidiqi, anggota Markifer FC, Musisi, 30 Januari 2023.

Hasil wawancara Priyo Antoro, anggota Markifer FC, Koki Hotel Grand Rohan Yogyakarta, 5 Februari 2023.

Hasil wawancara Datun Probo, anggota Markifer FC, pengusaha, 13 Juli 2023.

Hasil wawancara Fuad Ilham, anggota Markifer FC, Guru dan Ketua Umum Komunitas Jersey Tuban, 15 Juli 2023.

Hasil wawancara Seno Margo, anggota Markifer FC, pegawai Lembaga Perasyarakatan Cebongan, 12 Juli 2023.

Hasil wawancara Muhammad Affan, anggota Markifer FC, Kepala Padukuhan Cengkehan, Kalurahan Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul. Via Aplikasi *WhatsApp*, 12 Juli 2023.