

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DAI DALAM MEMBANGUN KESADARAN
SALAT BERJAMAAH PEGAWAI HUTAN TANAMAN INDUSTRI
PT. PUTRA LIKA PERKASA (HTI PT. PLP) DI KELURAHAN
LANGGA PAYUNGKECAMATAN SEI KANAN
KABUPATEN LABUHAN BATU SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

APRILIA NAULI HARAHAHAP

NIM. 11.13.3.040

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DAI DALAM MEMBANGUN KESADARAN
SALAT BERJAMAAH KARYAWAN HUTAN TANAMAN INDUSTRI
PT. PUTRA LIKA PERKASA (HTI PT. PLP) DI KELURAHAN
LANGGA PAYUNGKECAMATAN SEI KANAN
KABUPATEN LABUHAN BATU SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

OLEH :

APRILIA NAULI HARAHAHAP
NIM. 11.13.3.040

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I

Pembimbing II

Rubino, MA
NIP: 19731229 199903 1 001

Khatibah, MA
NIP: 19750204 200710 2 001

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawahini:

Nama	:Aprilia Nauli Harahap
Nim	:11.13.3.040
Program Studi	:Komunikasi dan Penyiaran Islam
JudulSkripsi	:Efektivitas Komunikasi Dai Dalam Membangun Kesadaran Salat Berjamaah Karyawan HutanTanaman Industri PT. Putra Lika Perkasa (HTI PT. PLP) Di Desa Langga Payung kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Medan, 27 April 2017
Yang membuat Pernyataan

ApriliaNauliHarahap
NIM. 11.13.3.040

Nomor	: Istimewa	Medan, 27 April 2017
Lampiran	: 7 (Tujuh) Exp.	KepadaYth:
Hal	: Skripsi	Bapak Dekan Fakultas Dakwah
	An. Aprilia Nauli Harahap	dan Komunikasi UIN SU
		Di-
		Medan

AssalamualaikumwrWr.Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran seperlunya untuk memperbaiki dan kesempurnaan skripsi mahasiswa an. Aprilia Nauli Harahap, NIM. 11.13.3.040 yang berjudul ;Efektivitas Komunikasi Dai Dalam Membangun Kesadaran Salat Berjamaah Karyawan Hutan Tanaman Industri PT. Putra Lika Perkasa (HTI PT. PLP) Di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan, kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Mudah-mudahan dalam waktu dekat, saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam siding Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU Medan.

Demikianlah untuk dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wasalam

Pembimbing I

Pembimbing II

Rubino, MA

Khatibah, MA

NIP: 19731229 199903 1 001

NIP: 19750204 200710 2 001

Aprilia Nauli Harahap. Efektivitas Komunikasi Dai Dalam Membangun Kesadaran Salat Berjamaah Karyawan Hutan Tanaman Industri PT. Putra Lika Perkasa (HTI PT. PLP) Di Desa Langga Payung kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan. (2017)

Skripsi, Medan: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara, Medan, 2017

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui materi yang disampaikan oleh dai, mengetahui metode yang digunakan oleh dai, mengetahui Hasil yang dicapai oleh dai, serta Hambatan yang dihadapi oleh dai dalam upaya membangun kesadaran salat berjamaah karyawan Hutan Tanaman Industri PT. Putra Lika Perkasa (HTI PT. PLP) Di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan.

Pendekatan penelitian yang digunakan berupa pendekatan kualitatif-deskriptif. Penggunaan metode penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan mengungkapkan (*to describe and explore*) mengenai efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh dai dalam upaya untuk membangun kesadaran salat berjamaah karyawan HTI. PT. PLP.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa materi komunikasi dakwah yang disampaikan oleh dai sudah relevan dengan tujuan dan usaha untuk membangun kesadaran salat berjamaah di HTI. PT. PLP. Dalam komunikasi dakwah yang dilakukan oleh dai di HTI. PT. PLP, dai mengemukakan materi tentang pengertian salat berjamaah, hukum dan dalil salat berjamaah, serta salat yang dianjurkan berjamaah. Metode komunikasi yang digunakan oleh dai dalam upaya untuk membangun kesadaran salat berjamaah karyawan HTI. PT. PLP adalah metode ceramah yang sifatnya persuasif yang dibarengi dengan metode tanya jawab. Metode ini di pandang relevan dengan kondisi mad'u yang bersifat heterogen dari segitingkatan kemampuan memaham materi dakwah. Namun, jika di lihat dari relevansinya dengan materi komunikasi tentang salat berjamaah. Hambatan yang dihadapi oleh substandial pada kategori ini adalah hambatan yang berasal dari kalangan mad'u. Hambatan ini berupa kurangnya heterogenitas mad'u jika di lihat dari segi usia, tingkat pemahaman dan pendidikan.

Kata Pengantar

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: Efektivitas Komunikasi Dai Dalam Membangun Kesadaran Salat Berjamaah Karyawan Hutan Tanaman Industri (HTI.PT.PLP) Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini peneliti berterima kasih kepada :

1. Teristimewa untuk kedua orang tuaku. Tidak ada satu kosa kata pun yang mampu menggambarkan betapa besar cinta kasih mereka kepada penulis. Semoga di usianya yang menjelang senja ini, keberkahan dan kemuliaan senantiasa menaungi keduanya.
2. Rektor UIN Sumatera Utara, Bapak Prof Saidurrahman , M. Ag penulis ucapkan terimakasih, atas motivasi dan dukungan sehingga penulis dapat

menyelesaikan kuliah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara.

3. Dr. Soiman, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, wakil Dekan, Ketua Jurusan, dan Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam , kepada Bapak/Ibu Pegawai Tata Usaha, Dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan. Penulis ucapkan ribuan terima kasih atas bantuan dan mempermudah dalam segala urusan.
4. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Bapak Rubino, MA selaku pembimbing 1 dan kepada Ibu Khatibah, MA selaku pembimbing II, atas bimbingan dan arahnya, penuli ucapkan terimakasih. Semoga Allah memberikan balasannya di akhirat kelak.
5. Ucapan terimakasih Kepada Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yakni Bapak Muktaruddin, MA yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada Pimpinan HTI.PT.PLP yang telah menerima penulis melakukan penelitian skripsi ini.
7. Terimakasih juga kepada seluruh keluarga yang telah mendukung dan memotivasi. Menyemangati baik dari segi moril maupun materil, sampai akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Kemudian terimakasih kepada teman-teman seperjuangan di Fakultas Dakwah dan komunikasi, secara khususnya di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2013

Atas keterbatasan kemampuan penulis dalam penelitian dan penyelesaian skripsi ini, diharapkan kepada pembaca untuk memberikan kritik dan saran sehat demi kesempurnaan hasil penelitian ini. Kiranya hasil penelitian ini mudah-mudahan dapat memberi sumbangsih dalam meningkatkan kualitas Pendidikan di negeriini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 27 April 2017

ApriliaNauliHarahap
NIM. 11.13.3.040

DAFTAR ISI

ABSTRAKI i

SURAT PERNYATAAN.....ii

SURAT ISTIMEWA.....iii

KATA PENGANTARiv

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah1

B. Rumusan Masalah4

C. Batasan Istilah5

D. Tujuan Penelitian7

E. Kegunaan Penelitian7

F. Sistematika Pembahasan8

BAB II LANDASAN TEORETIS 10

A. Konsep Dasar Eektivitas Komunikasi10

1. Pengertian Eektivitas Komunikasi10

2. Ciri-ciri Komunikasi Yang Efektif.....15

3. Hambatan-Hambatan Komunikasi20

4. Hakikat Komunikasi Dalam Perspektif Islam21

5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Eektivitas Komunikasi24

B. Dakwah dan Komunikasi.....28

1.	Pengertian Dakwah.....	28
2.	Hakikat Komunikasi Dalam Dakwah.....	28
3.	Pesan-Pesan Dakwah Dalam Komunikasi.....	31
4.	Tujuan Komunikasi Dalam Dakwah.....	34
5.	Hambatan Komunikasi Dalam Dakwah	36
C.	Tinjauan Umum Tentang Salat Berjamaah.....	37
1.	Pengertian Salat Berjamaah.....	37
2.	Hukum dan Dalil Salat Berjamaah.....	39
3.	Salat Yang Disunnahkan Berjamaah.....	41
4.	Landasan Teori.....	42
D.	Kajian Terdahulu.....	43
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	47
A.	Pendekatan Penelitian	47
B.	Lokasi Penelitian	47
C.	Informan Penelitian	48
D.	Teknik Pengumpulan Data	49
E.	Instrument Pengumpulan Data	50
F.	Teknik Analisis Data	51
BAB IV:	Hasil Penelitian	50
A.	Materi Komunikasi Dai.....	53
B.	Metode Komunikasi Dai	58

C.	Hasil yang di Capai	59
D.	Hambatan Yang Dihadapi Oleh Dai.....	64

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN70

A.	Kesimpulan.....	66
B.	Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA 68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah suatu proses atau kegiatan penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Sebagai makhluk sosial setiap individu tidak bisa menghindar dari tindakan komunikasi menyampaikan dan menerima pesan dari dan ke orang lain. Pelaku proses komunikasi adalah manusia yang selalu bergerak dinamis. Komunikasi menjadi penting karena fungsi bisa dirasakan oleh pelaku komunikasi tersebut. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan apa yang ada dalam benak pikirannya dan perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi yang baik dan efektif adalah komunikasi yang mampu menciptakan kebersamaan arti bagi orang-orang terlibat. Tanpa persamaan arti, sukar dipikirkan adanya komunikasi.¹

Jika dikaitkan dengan kegiatan dakwah, maka sering kali komunikasi dakwah yang dilakukan oleh dai menyangkut masalah fondasi-fondasi ajaran Islam, seperti misalnya salat berjamaah. Kendati intensitas komunikasi dai dalam konteks salat berjamaah cukup sering dilakukan, namun sama sekali tidak menjadi jaminan akan timbulnya kesadaran masyarakat muslim untuk secara sungguh-sungguh melaksanakan salat berjamaah sebagaimana yang disampaikan oleh para dai. Hal ini dikarenakan komunikasi yang dilakukan oleh dai tersebut tidak efektif sehingga

¹ Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, (Jakarta:, PT. Rajagrafindo, 1988) hlm. 27

pesan yang ingin disampaikan tidak mampu diserap dan dipahami secara baik oleh masyarakat (mad'u).

Komunikasi efektif mempunyai nuansa dan varian sesuai dengan kepentingan dan tujuannya. Walaupun pada prinsipnya tujuannya sama, yakni bagaimana pesan komunikasi yang disampaikan dapat diserap, dihayati, dan direspon oleh komunikan secara positif. Karena itu, komunikasi sebagai sarana yang sangat menunjang bagi terlaksananya dakwah. sehingga pemahaman dai tentang ilmu tersebut akan memberikan arti penting bagi suksesnya dakwah yakni terlaksananya ajaran Islam dengan tegaknya amar makruf nahi munkar.

Komunikasi yang efektif dan efisien dalam aktivitas dakwah dapat dimanfaatkan untuk mempengaruhi tindakan manusia kearah yang diharapkan. Paling tidak, ada dua alasan mengapa diperlakukan sebuah komunikasi yang efektif para pemimpin dakwah terhadap para anggotanya yakni komunikasi akan menyediakan sebuah channel umum dalam proses manajemen dan keterampilan komunikasi yang efektif dapat membuat para pemimpin dakwah menggunakan berbagai keterampilan serta bakat yang dimilikinya dalam dunia organisasi. Terlebih aktivitas dakwah sangat diperlukan dalam akses komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan.

Komunikasi dan dakwah adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain saling terkait. Keduanya merupakan disiplin ilmu yang berdiri sendiri, namun dalam praktik serta aplikasinya selalu terpadu antar satu dengan lainnya serta

saling menunjang.²Kenyataannya menunjukkan bahwa banyak dakwah yang dilakukan oleh para dai tidak sampai kepada sasaran. Banyak sebab yang mengakibatkan terjadinya hal tersebut, salah satunya adalah karena Dai tidak mampu berkomunikasi secara efektif. Hal ini disebabkan karena ketidakmampuan menuangkan pesannya dalam bahasa yang baik dan benar. Seolah-olah dakwah yang disajikan kering, gersang dan hambar. Bahasanya tidak bergaya, mad'u tidak memahami apa yang disampaikan, minat dan ketertarikan mad'u hilang dan komunikasi tidak terjalin.

Berdasarkan fenomena di atas, penulis beramsusi bahwa belum tumbuhnya kesadaran salat berjamaah dikalangan karyawan HTI PT. PLP lantaran kurang efektifnya komunikasi dakwah yang dilakukan oleh dai di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan.

Efektifitas komunikasi pada dasarnya berkaitan erat dengan tujuan dilakukannya komunikasi itu sendiri. Artinya bahwa, suatu aktivitas komunikasi dikatakan efektifitas apabila mampu mencapai tujuan komunikasi tersebut. Kesesuaian antara komunikasi yang dilakukan dengan tujuan yang diharapkan merupakan tolak ukur dalam menilai efektif atau tidaknya sebuah proses komunikasi.

Indikator yang dapat dijadikan sebagai alat ukur untuk melihat efektivitas komunikasi setidaknya ada tiga; (1) kesesuaian antara materi dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Dalam hal ini, apakah materi-materi komunikasi

² Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*, (bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 13

dakwah yang disampaikan oleh dai relevan dengan usaha untuk membangun kesadaran salat berjamaah karyawan HTI PT. PLP di Kelurahan Langga Payung. Jawaban atas pertanyaan ini merupakan kunci untuk menilai efektifitas komunikasi Dai. (2) kesesuaian antara metode komunikasi dengan materi yang disampaikan serta kesesuaian antar metode dengan tujuan komunikasi. (3) Hasil yang telah diperoleh dai setelah melakukan kegiatan dakwah ini (3) hambatan yang dihadapi selama ini berlangsungnya aktivitas komunikasi. Hal ini bisa dipahami dengan mengingat bahwa semakin banyak kendala yang muncul, maka semakin banyak pula gangguan, pada gilirannya hal-hal semacam ini akan menghambat proses komunikasi sehingga berujung ketidakefektivitasan komunikasi yang dilakukan.

Atas dasar itu, peneliti tertarik untuk mengangkat masalah bagaimana sebenarnya efektivitas komunikasi dakwah yang dilakukan oleh dai di Kelurahan Langga payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan sebagai upaya membangun kesadaran salat berjamaah karyawan HTI PT. PLP menjadi bahan penelitian dengan judul **“Efektivitas Komunikasi Dai Dalam Membangun Kesadaran Salat Berjamaah Karyawan HTI PT. PLP Di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan.”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti, yaitu :

1. Bagaimana materi yang disampaikan oleh dai sebagai upaya membangun kesadaran salat berjamaah HTI PT. PLP di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan?
2. Bagaimana metode komunikasi yang digunakan oleh dai dalam upaya membangun kesadaran salat berjamaah karyawan HTI PT. PLP di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan?
3. Bagaimana hasil yang diperoleh oleh dai dalam upaya membangun kesadaran salat berjamaah karyawan HTI. PT. PLP di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan?
4. Bagaimana hambatan yang dihadapi dai dalam upaya membangun kesadaran salat berjamaah karyawan HTI PT. PLP di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan?

C. Batasan Istilah

Guna memberi pemahaman yang jelas dalam menafsirkan judul penelitian ini, maka perlu dijelaskan istilah-istilah yang menjadi pokok kajian dalam penelitian ini sebagaimana berikut ini:

1. Efektivitas Komunikasi. Efektif berarti membawa hasil atau berhasil guna.³
Komunikasi merupakan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.⁴ Menurut

³Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), hlm.219

⁴*Ibid.*, hlm. 613

Muriah, untuk melihat efektivitas komunikasi harus melihat kepada prosesnya bukan hasil. Dalam hal ini, aspek-aspek seperti materi, metode dan hambatan sangat menentukan efektivitas komunikasi.⁵ Berdasarkan pendapat tersebut, maka efektivitas komunikasi yang membawa hasil, dalam arti tercapainya tujuan komunikasi dengan melihat kepada kesesuaian antara tujuan dengan materi, materi dengan metode serta tidak adanya gangguan yang dialami selama komunikasi berlangsung.

2. Dai. Menurut Muriah dai berarti orang yang menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat penerima dakwah.⁶ Dalam penelitian ini pengertian dai merujuk kepada figur seseorang yang memiliki pengetahuan keagamaan yang memadai dan sering mengisi acara-acara keagamaan seperti pengajian, narasumber pada kegiatan-kegiatan hari besar Islam serta menjadi tempat rujukan masyarakat Kelurahan Langga Payung dalam menanyakan seputar keagamaan.
3. Kesadaran salat berjamaah. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kesadaran dimaknai sebagai keadaan mengetahui dan mengerti akan sesuatu.⁷ Jadi yang dimaksud kesadaran salat berjamaah dalam penelitian ini adalah perilaku melaksanakan salat berjamaah secara ikhlas yang berangkat dari kesadaran diri akan wajibnya melaksanakan salat berjamaah.

⁵ Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), hlm. 125

⁶ *Ibid...*, hlm. 23

⁷ Depdikbud, *Kamus Besar.*, hlm. 598

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui materi yang disampaikan oleh dai sebagai upaya membangun kesadaran salat berjamaah HTI PT. PLP di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan
2. Mengetahui metode komunikasi yang digunakan oleh dai dalam upaya membangun kesadaran salat berjamaah karyawan HTI PT. PLP di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan
3. Mengetahui hasil yang diperoleh dai dalam upaya membangun kesadaran salat berjamaah karyawan HTI. PT. PLP di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan
4. Mengetahui hambatan yang dihadapi dai dalam upaya membangun kesadaran salat berjamaah karyawan HTI PT. PLP di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan

E. Kegunaan Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi literature tambahan dalam memperkaya kajian ilmu dakwah serta komunikasi dan penyiaran Islam. Sementara itu, secara praktis penelitian ini diharapkan dapat membawa kegunaan, terutama bagi:

1. Sebagai bahan masukan kepada pimpinan HTI. PLP agar kegiatan dakwah yang disampaikan oleh dai dapat terus berjalan menjadi lebih baik dan memberikan fasilitas media dakwah agar kegiatan dakwah lebih efektif.

2. Sebagai bahan masukan bagi para dai yang ada dilokasi penelitian secara khusus dan dai secara umum dalam berdakwah agar dapat diterima dan dakwahnya dapat mengenai sasaran dakwah, Sebagai bahan komperatif bagi para dai dalam menyusun strategi komunikasi yang tepat guna dalam mengembangkan ajaran Islam di tengah-tengah masyarakat yang berbeda –beda di berbagai hal.
3. Karyawan HTI.PT.PLP, diharapkan penelitian ini member kegunaan dalam upaya suksesi kegiatan membangun kesadaran salat berjamaah di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan.
4. Bagi Peneliti berikutnya dapat diajdikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta referensi terhadap peneliti yang sejenis.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I, merupakan bab pendahuluan yang berisikan : Latar belakang masalah, Rumusan masalah, Batasan istilah, Tujuan penelitian, Kegunaan penelitian, dan Sistematika pembahasan.

Bab II yang merupakan bab landasan teoritis yang akan dikemukakan tentang : hal-hal yang berkaitan dengan persepsi dan kegiatan dakwah dengan sub bahasan pengertian persepsi, dan pengertian dakwah.

Bab III yang merupakan bab metode penelitian yang akan dikemukakan pembahasan yang berisikan : jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, Informan penelitian, Sumber data, Instrumen pengumpul data, dan analisis data.

Bab IV berisi tentang temuan-temuan penelitian yang secara spesifik membahas tentang temuan-temuan yang bersifat umum serta temuan-temuan khusus. Uraian tentang temuan penelitian ini dijabarkan melalui sub-bab temuan umum yang meliputi materi yang disampaikan dai, metode komunikasi dai, dan hambatan dai.

Bab V penutup berupa kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Konsep Dasar Efektivitas Komunikasi

1. Pengertian Efektivitas Komunikasi

Efektivitas berasal dari kata efek yang artinya pengaruh yang ditimbulkan oleh sebab, akibat atau dampak. Jadi, secara sederhana efektif berarti berhasil, sedangkan efektivitas menurut bahasa berarti tepat guna, hasil guna, menunjang tujuan. Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia, efektivitas adalah keadaan berpengaruh, dapat membawa dan berhasil guna (usaha, tindakan). Dengan demikian, efektivitas pada dasarnya merujuk kepada suatu ukuran perolehan yang memiliki kesesuaian antara hasil yang dicapai dengan hasil yang diharapkan.⁸

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat dipahami bahwa efektivitas bermuara kepada hasil dan tujuan, manfaat dan seberapa jauh tingkat ketercapaian antara harapan dengan kenyataan dilakukannya suatu tindakan atau perbuatan. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa efektivitas merupakan suatu tolak ukur yang digunakan secara tepat guna mengetahui sejauh mana keberhasilan suatu pekerjaan atau tindakan.

Sedangkan komunikasi dilihat dari etimologi, berasal dari Bahasa Latin yakni dari kata *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama

⁸ Depdikbud, *Kamus Besar*, hlm. 219

merupakan akar dari kata-kata lainnya yang mirip.⁹ Kemudian kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap.

Senada dengan keterangan di atas, Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa latin tepatnya dari kata *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna, jadi dari segi bahasa, komunikasi akan berlangsung jika ada kesamaan makna bahasa. Semakin banyak kesamaan antara sumber pesan dan penerima pesan maka semakin baikpula kualitas komunikasi yang sedang berlangsung.¹⁰

Sementara itu, para ahli sebagai berikut yang dikutip oleh Dedy Mulyana dalam bukunya sebagai berikut:

1. Sebagaimana yang disampaikan Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson dalam mulyana komunikasi merupakan proses memahami dan berbagi makna.
2. Diana K. Ivy dan Phil Backlund komunikasi adalah proses yang terus berlangsung dan dinamis menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagi makna.

⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 46.

¹⁰Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 9

3. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss mendefenisikan komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih.¹¹

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat digeneralisir bahwa komunikasi merupakan proses pertukaran informasi yang berlangsung secara dinamis dengan tujuan untuk berbagi makna tentang informasi tersebut. Komunikasi ini memberikan porsi penuh pada proses kedinamisan menerima dan mengirim pesan. Selain itu berbagi makna merupakan tujuan utama dalam komunikasi yang di apresiasi lewat umpan balik.

Berangkat dari pengertian tersebut maka dapat dipahami bahwa efektivitas komunikasi terletak pada tercapainya tujuan yang diinginkan melalui aktivitas komunikasi tersebut. Dengan kata lain, komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berhasil mencapai tujuan yang diinginkan oleh komunikan. Efektivitas komunikasi diindikasikan dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan yang baik. Sumber dan penerima komunikasi harus sistem yang sama, jika tidak sama, maka komunikasi tidak akan pernah terjadi.¹² Berdasarkan definisi tersebut, komunikasi dapat dikatakan efektif apabila memenuhi tiga persyaratan utama, yaitu:

- a. Pesan yang dapat diterima dan dipahami oleh komunikan sebagaimana dimaksud oleh komunikator

¹¹Mulyana, *Ilmu Komunikasi.*, hlm. 76

¹² Abdullah Hanafi, *Memahami Komunikasi Antar Manusia*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1984), hlm. 87

- b. Ditindak lanjuti dengan perbuatan secara suka rela
- c. Meningkatkan kualitas hubungan antarpribadi.

Komunikasi yang efektif akan membantu mengantarkan kepada tercapainya tujuan tertentu, sebaliknya jika komunikasi efektif tidak berhasil maka akibatnya tujuan komunikasi tidak akan tercapai. Harus disadari bahwa komunikasi efektif akan membantu jalan menuju tercapainya apapun tujuan yang dilakukan. Apapun kedudukan, keterampilan komunikasi secara efektif merupakan modal penting bagi siapa pun, terutama para dai.¹³

Dante dalam Mulyana mengidentifikasi bahwa pendapat tiga dimensi konseptual penting yang mendasari definisi-definisi komunikasi. Dimensi pertama adalah tingkat observasi (*level observation*), atau derajat keabstrakannya. Misalnya, definisi komunikasi sebagai “proses yang menghubungkan satu sama lain bagian-bagian terpisah dunia kehidupan” adalah terlalu sempit. Dimensi kedua adalah kesengajaan (*intentionality*). Sebagian definisi mencakup hanya pengiriman dan penerimaan pesan yang disengaja, sedangkan sebagian definisi lainnya tidak menuntut syarat ini, dan dimensi ketiga adalah penilaian normative. Sebagian definisi, meskipun secara implicit, menyertakan keberhasilan atau kecermatan, sebagian lainnya tidak seperti itu.¹⁴

¹³*Ibid.*, hlm. 88

¹⁴Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, hlm. 61-62

Dalam kegiatan komunikasi sesungguhnya tidak terlepas dari unsur-unsur yang ada yang secara langsung maupun tidak langsung melekat di dalamnya, penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut:

1. *Sender* (Komunikator) adalah orang yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. *Encoding* (Penyandian), yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambing.
3. *Message*: (Pesan) yang merupakan seperangkat lambing bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
4. *Media*: (Saluran komunikasi) adalah tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikasi.
5. *Decoding*, (Pengawasan), yaitu proses di mana kmunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. *Receiver*: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. *Respons*: (Tanggapan), seperangkat reaksi pada komunikasn setelah diterima pesan.
8. *Feedback*: (Umpan balik), yakni tanggapan komunikasn apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.

9. *Noise*: gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.¹⁵

Unsur yang terpenting di dalam komunikasi adalah *sender*, *message* dan *rechiever*. Namun, ada beberapa kasus, seringkali cara lebih penting dari pada isi, sebagaimana dalam ungkapan Arab: “*cara lebih penting dari pada isi*”. Tentu saja, pernyataan ini masih bisa diperdebatkan; namun, yang perlu ditegaskan di sini adalah bahwa cara penyampaian (berkomunikasi) terkadang, atau bahkan seringkali lebih penting dari isi. Oleh karena itu, yang menjadi fokus dalam penelitian ini sebagaimana telah disebutkan pada rumusan masalah merupakan hal-hal yang berkenaan dengan ketiga unsur tersebut, yakni dai selaku komunikator, kemudian bagaimana metode dai dalam melakukan komunikasi dakwah guna membangun kesadaran salat berjamaah pada diri komunikan.¹⁶

2. Ciri-ciri komunikasi yang efektif

Menurut De Vito seperti yang dikutip oleh Sendjaja bahwa karakteristik-karakteristik efektivitas komunikasi terbagi 2 (dua) perspektif, yaitu:

- a) Perspektif humanistik, meliputi sifat-sifat yaitu:

1) Keterbukaan

Sifat keterbukaan tentang komunikasi interpersonal yaitu bahwa kita harus terbuka pada orang-orang yang berinteraksi. Hal ini tidak berarti bahwa serta-merta

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 19

¹⁶ *Ibid.*

menceritakan semua latar kehidupan, namun yang paling penting ada kemauan untuk membuka diri pada masalah-masalah umum. Di sini orang lain akan mengetahui pendapat, pikiran dan gagasan kita, sehingga komunikasi akan mudah dilakukan. Keterbukaan menunjukkan pada kemauan diri untuk memberikan tanggapan terhadap orang lain dengan jujur dan terus terang tentang segala sesuatu yang dikatakannya. Demikian pula sebaliknya, orang lain memberikan tanggapan secara jujur dan terbuka tentang segala sesuatu yang dikatakan. Di sini keterbukaan diperlukan dengan caramemberi tanggapan secara spontan dan tanpa dalih terhadap komunikasi dan umpan balik orang lain. Tentunya, hal ini tidak dapat dengan mudah dilakukan dan dapat menimbulkan kesalahpahaman orang lain, seperti marah atau tersinggung.¹⁷

2) Empati

Empati adalah seseorang memproyeksikan perasaannya dan emosinya ke dalam objek pengalamannya. Sehingga seseorang berada dalam situasi empatis bilamana ia mengalami atau berada dalam perasaan dan pikiran yang sama dengan orang lain.

Adapun prosesnya adalah:

- a. Membayangkan diri (dai) dalam kedudukan sebagai madu
- b. Membandingkan sikap dai dengan sikap madu seandainya dai ada dalam keadaan khayal tadi.

¹⁷Sendjaja, D. S., *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Universitas Terbuka, 2004), hlm. 72

- c. Mengambil kesimpulan-kesimpulan dari sikap madu Dan membandingkan dengan reaksi khayal yang dibayangkan oleh dai seandainya ia dalam keadaan madu.¹⁸

3) Perilaku Suportif

Komunikasi akan efektif bila dalam diri seseorang ada perilaku suportif. Artinya, seseorang dalam menghadapi suatu masalah tidak bersikap bertahan (defensif). Keterbukaan dan empati tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak suportif, yakni: deskriptif, spontanitas dan provosionalisme. Sebaliknya dalam perilaku defensif ditandai dengan sifat-sifat: evaluasi, strategi dan kepastian. *Pertama*, deskriptif; suasana yang deskriptif akan menimbulkan sifat suportif dibandingkan dengan evaluative. Artinya, orang yang memiliki sifat ini lebih banyak meminta informasi atau deskripsi tentang suatu hal. Dalam suasana seperti ini, biasanya orang tidak merasa dihina atau ditantang, tetapi merasa dihargai. *Kedua*, spontanitas; orang yang spontan dalam komunikasi adalah orang terbuka dan terus terang tentang apa yang dipikirkannya. Biasanya orang seperti itu akan ditanggapi dengan cara yang sama, terbuka dan terus terang. *Ketiga*, rovisionalisme; seseorang yang memiliki sifat ini adalah memiliki sikap berfikir, terbuka, ada kemauan untuk mendengar pandangan yang berbeda dan bersedia menerima pendapat orang lain, bila memang pendapatnya keliru.¹⁹

¹⁸ Totok Jumanoro, *Psikologi Dakwah*, (Jawa Tengah:Amzah, 2001), Hlm.156

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 74

4) Perilaku Positif

Komunikasi akan efektif bila memiliki perilaku positif dalam komunikasi menunjuk paling tidak pada dua aspek, yaitu 1) komunikasi akan berkembang bila ada pandangan positif terhadap diri sendiri. 2) mempunyai perasaan positif terhadap orang lain dan berbagi situasi komunikasi.²⁰

5) Kesamaan

Kesamaan dalam komunikasi interpersonal ini mencakup dua hal yaitu: 1) kesamaan bidang pengalaman di antara para pelaku komunikasi. Artinya, komunikasi umumnya akan lebih efektif bila para pelakunya mempunyai nilai, sikap, perilaku dan pengalaman yang sama. Hal ini tidak berarti bahwa ketidaksamaan tidaklah komunikatif, 2) Kesamaan dalam percakapan di antara para pelaku komunikasi, member pengertian bahwa dalam komunikasi harus ada kesamaan dalam hal mengirim dan menerima pesan.²¹

b) Perspektif pragmatis, meliputi sifat-sifat yaitu:

1. Bersikap Yakin

Komunikasi akan lebih efektif bila seseorang mempunyai keyakinan diri. Dalam arti bahwa seseorang tidak merasa malu, gugup, atau gelisah menghadapi orang lain, dalam berbagai situasi komunikasi, orang yang mempunyai sifat semacam ini akan bersikap luwes dan tenang.

²⁰*ibid.*, hlm. 75

²¹*ibid.*

2. Kebersamaan

Seseorang bisa meningkatkan efektivitas komunikasi dengan orang lain bila ia bisa membawa rasa kebersamaan. Orang yang memiliki sifat ini, bila berkomunikasi dengan orang lain akan memperhatikannya dan merasakan kepentingan orang lain.

3. Manajemen interaksi

Seseorang yang menginginkan, komunikasi yang efektif akan mengontrol dan menjaga interaksi agar dapat memuaskan kedua belah pihak, sehingga tidak seorang pun merasa diabaikan. Hal ini ditunjukkan dengan mengatur isi, kelancaran dan arah pembicaraan secara konsisten.

4. Perilaku Ekspresif

Perilaku ekspresif memperlihatkan keterlibatan seseorang secara sungguh-sungguh dalam berinteraksi dengan orang lain. Perilaku ekspresif ini hampir sama dengan keterbukaan, mengekspresikan tanggung jawab terhadap perasaan dan pikiran seseorang, terbuka pada orang lain dan memberikan umpan balik yang relevan.

5. Orientasi pada orang lain

Untuk mencapai efektivitas komunikasi, seseorang harus memiliki sifat yang berorientasi pada orang lain. Artinya adalah kemampuan seseorang untuk beradaptasi dengan orang lain. Artinya adalah kemampuan seseorang untuk beradaptasi dengan orang lain selama berkomunikasi interpersonal. Tentunya, dalam hal ini seseorang harus mampu melihat perhatian dan kepentingan orang lain. Selain itu, orang yang

memiliki sifat ini harus mampu merasakan situasi dan interaksi dari sudut pandang orang lain serta menghargai perbedaan orang lain dalam menjelaskan suatu hal.

3. Hambatan-Hambatan Komunikasi

Kemungkinan-kemungkinan dari hambatan komunikasi, dapat terjadi dalam semua proses. Suatu sebab utama dari hambatan itu, ialah “kebisingan”, bunyi atau suara yang ribut, yang dalam konteks ini berarti segala sesuatu yang mengganggu penyampaian atau penerimaan pesan. Kita dapat menghadapi atau mengalami keributan dalam saluran komunikasi seperti gangguan-gangguan udara pada radio, yang membuat kita menjadi sukar untuk mendengar pembicaraan dari radio itu. Suara-suara dan penglihatan dari luar, seperti orang yang berbicara agak keras, atau gerakan mondar-mandir sekitar kita, atau bunyi rebut dan berdesing dari mesin yang ada didekat kita, yaitu setiap sesuatu yang menyimpangkan perhatian kita dari komunikasi, adalah contoh-contoh dari kebisingan. Kebisingan juga dapat terjadi kalau pesan-pesan itu terlalu berlebih-lebihan.

Juga kita dapat menghadapi atau mengalami kebisingan psikologis. Umpamanya kalau pendengar sedang memikirkan tentang sesuatu yang lain, sehingga membuatnya agar sukar memusatkan perhatian dan pikiran terhadap apa yang sedang dikatakan pembicara. Atau karena pendengar mungkin merasa takut terhadap si pembicara, atau dalam suasana perselisihan dan permusuhan, curiga dan tidak percaya terhadap si pembicara itu.

Sebab-sebab lain yang potensial dari hambatan komunikasi itu, juga terletak dalam kesanggupan komunikator untuk menilai. Apakah kita sebagai pengirim atau penerima pesan adalah bergantung kepada kita untuk mempergunakan kejadian yang kita lihat atau kita amati, dan menilainya menurut beberapa dimensi. Jika penilaian kita salah, kemungkinan sekali komunikasi kita juga menjadi tidak tepat, tidak lengkap dan tidak bersesuaian.

4. Hakikat Komunikasi Dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia karena segala gerak langkah kita selalu disertai dengan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang Islami, yaitu komunikasi berkhilak *al-karimah* atau beretika. Komunikasi yang berakhlak *al-karimah* berarti komunikasi yang bersumber kepada Alquran dan sunnah serta komunikasi yang menimbulkan kebaikan baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain.²²

Di dalam Alquran terdapat beberapa kata kunci yang berkaitan dengan kegiatan komunikasi di antaranya adalah *al-bayan* (penjelasan) dan *al-qaul* (perkataan). Berkomunikasi adalah sesuatu yang dihayati di hampir setiap kegiatan manusia, dalam sebuah penelitian telah dibuktikan hampir 75% sejak bangun dari tidur manusia berada dalam kegiatan komunikasi. Dengan komunikasi manusia dapat membentuk saling pengertian dan menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih sayang, menyebarkan pengetahuan, dan melestarikan peradaban. Tetapi, dengan

²²Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987), hlm. 8

komunikasi setiap individu juga dapat menumbuh suburkan perpecahan, menghidupkan permusuhan, menanamkan kebencian, merintangi kemajuan, dan menghambat pemikiran.²³

Kegiatan komunikasi dalam Islam ditujukan untuk mewujudkan hubungan vertical antara “hamba” dengan Allah SWT. Dan hubungan sesama manusia. Hubungan vertical tersebut dilakukan dengan amalan ibadah seperti salat, doa, zikir dan ibadah lain yang merupakan upaya manusia untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Komunikasi horizontal sesama manusia terlaksana dalam berbagai bidang seperti sosial, budaya, politik, seni dan lainnya. Kegiatan komunikasi tersebut adalah meningkatkan ketaqwaan seseorang dan juga terbentuknya transformasi masyarakat yang lebih baik dalam naungan prinsip-prinsip ajaran Islam yang *rahmatan lil'alamin* (membawa rahmat bagi semua).

Hal ini tentu berbeda dengan konsep kegiatan komunikasi dalam perspektif pemikiran Barat yang memandang komunikasi dari sisi pragmatis, materialistik dan menekankan pada kapitalisme semata. Pesan dalam kegiatan komunikasi diarahkan pada pencapaian keuntungan secara melalui sarana komunikasi massa seperti media cetak maupun elektronik. Aspek moral dan etika menjadi diabaikan sehingga berbagai produk komunikasi yang dihasilkan seringkali membawa dampak negative yang besar. Sebagai contoh adalah banyaknya tampilan kekerasan terhadap anak,

²³Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996), hlm. ix

pornografi, fitnah, adu domba, mistik dan pencabulan yang menghiasi tayangan media massa dan dikonsumsi oleh masyarakat.²⁴

Komunikasi dalam Islam yang senantiasa mengedepankan aspek ketelitian dan tanggung jawab membutuhkan adanya klarifikasi dalam setiap informasi yang diterima. Upaya tersebut dilakukan agar informasi yang didapat telah tersaring dan bisa dipertanggungjawabkan. Hal ini dipahami berdasarkan penjelasan dari Alquran surat al-Hujurat ayat 6 dibawah ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ
نَذِيرٌ

Artinya: wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasikorang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.²⁵

Di ayat lain Allah SWT menerangkan pentingnya aspek tanggungjawab yang disebutkan dalam surat AL-Isra' ayat 36:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya: Dan janganlah kamu mengikti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya, sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawabnya.²⁶

²⁴ Tasmara, *Komunikasi.*, hlm. 9

²⁵ Departemen Agama RI, *Alquran.*, hlm. 515

²⁶ Departemen Agama RI, *Alquran.*, hlm. 285

Prinsip-prinsip komunikasi yang disebutkan secara tersirat di dalam Alquran tersebut bisa bagi menjadi tiga konsep yaitu *qaulan sadidan*, *qaulan baliqhan*, dan *qaulan layyinan*. *Qaulan sadidan* artinya pembicaraan yang benar dan jujur. Benar artinya sesuai dengan criteria kebenaran Alquran dan sunnah baik dalam bentuk ucapan maupun tulisan. Konsep kedua adalah *qaulan baliqhan* yang berasal dari kata “*baligh*” yang dalam bahasa Arab artinya sampai, mengenai sasaran, atau menciptakan tujuan. Jadi, *qaulan baliqhan* artinya jelas maknanya, terang, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki. Oleh karena itu *qaulan baliqhan* dapat diterjemahkan sebagai prinsip komunikasi yang efektif. Konsep ketiga adalah *qaulan layyinan* (perkataan yang lembut) yaitu mengedepankan persuasi dan mengarahkan pada solusi yang bijaksana. Ketika Allah SWT mengutus Nabi Musa dan Harun kepada Firaun maka yang diperintahkan adalah menggunakan bahasa yang lembut.

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Komunikasi

Manusia dalam kesehariannya tidak terlepas dari adanya proses pertukaran informasi atau pesan. Proses pertukaran informasi tersebut bisa kita kenal dengan komunikasi yang melibatkan satu individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lainnya. Yang pasti, dalam komunikasi ada yang berperan sebagai penyampai pesan atau komunikator dan penerima pesan.

Komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara. Misalnya, salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan yaitu komunikasi verbal dengan menggunakan bahasa lisan. Komunikasi tidak hanya melalui kata-kata, bahasa

nonverbal yang berupa gerak, isyarat atau gestur tubuh (*body language*), simbol-simbol, kode, kontak mata, mimik atau ekspresi wajah juga menyampaikan maksud-maksud tertentu.

Misalnya, ketika sobat melemparkan senyum pada orang lain, maka orang lain itu bisa saja menganggap sobat sebagai orang yang ramah dan bersahabat. Atau, ketika sobat melihat seorang perempuan melambaikan tangan pada tukang bakso, maka sobat berasumsi bahwa perempuan tersebut sedang memanggil tukang bakso tersebut. Kejadian lain, misalnya seorang guru yang sedang melotot kepada muridnya bisa kita artikan bahwa guru itu sedang memarahi muridnya yang ribut sendiri di kelas dan tidak memperhatikan pelajaran. Pemahaman simbol-simbol tersebut bisa saja tidak tepat karena persepsi seseorang dapat berbeda-beda, oleh karena itu kita memerlukan beberapa hal agar komunikasi dapat berjalan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan.

Pesan yang tersampaikan dengan benar dan tepat sesuai keinginan sang komunikator, menunjukkan bahwa komunikasi dapat berjalan secara efektif. Agar [komunikasi bisa berlangsung efektif](#), perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Scoot M Cultip dan Allen dalam bukunya "Effective Public Relations", faktor-faktor tersebut disebut dengan ["The Seven Communication"](#). [Tujuh elemen komunikasi yang efektif](#) yaitu:

1) *Credibility*

Kredibilitas berkaitan erat dengan kepercayaan. Ya, seorang komunikator yang baik harus memiliki kredibilitas agar pesan yang disampaikan dapat tersasar dengan baik. Beberapa hal yang berhubungan dengan kredibilitas misalnya kualifikasi atau tingkat keahlian seseorang. Contoh, seorang dokter dianggap mempunyai kredibilitas ketika ia menyampaikan hal-hal tentang kesehatan.²⁷

2) *Context*

Konteks berupa kondisi yang mendukung ketika berlangsungnya komunikasi. Supaya komunikasi berjalan efektif, konteks yang tepat menjadi hal yang menarik perhatian audiens. Misalnya, berita atau informasi tentang kesehatan janin sangat sesuai bagi ibu-ibu yang sedang menjalani masa kehamilan

3) *Content*

Isi pesan merupakan bahan atau ,materi inti dari apa yang hendak disampaikan kepada audiens. Komunikasi menjadi efektif apabila isi pesan mengandung sesuatu yang berarti dan penting untuk diketahui oleh audiens.

4) *Clarity*

Pesan yang jelas alias tidak menimbulkan penafsiran yang bermacam-macam adalah kunci keberhasilan komunikasi. Kejelasan informasi adalah hal penting yang bisa mengurangi dan menghindari risiko kesalahpahaman pada audiens.

²⁷ Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 103

5) *Continuity and Consistency*

Agar komunikasi berhasil, maka pesan atau informasi perlu disampaikan secara berkesinambungan atau kontinyu. Misalnya, pesan pemerintah yang menganjurkan masyarakat untuk menggunakan kendaraan umum dibandingkan kendaraan pribadi harus selalu disampaikan melalui berbagai media secara terus menerus supaya pesan itu dapat tertanam dalam benak dan mempengaruhi perilaku masyarakat.

6) *Capability of Audience*

Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila sang penerima pesan memahami dan melakukan apa yang terdapat pada isi pesan. Dalam hal ini, tingkat pemahaman seseorang bisa berbeda-beda tergantung beberapa faktor, contohnya latar belakang pendidikan, usia ataupun status social.²⁸

7) *Channels of Distribution*

Selain berbicara secara langsung kepada audiens, ada cara lain untuk berkomunikasi, yaitu menggunakan media. Bentuk-bentuk media komunikasi yang biasa digunakan saat ini adalah media cetak ataupun elektronik. Pertimbangkan secara matang pemilihan media yang sesuai dan tepat sasaran agar tidak terjadi komunikasi yang sia-sia.

Beberapa elemen di atas merupakan faktor pendukung agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif. Dengan mengombinasikan elemen-elemen pendukung

²⁸<http://www.bitebrands.co/2014/06/7-faktor-yang-mempengaruhi-efektivitas.html> pada 19 April 2017, pukul 23.00

komunikasi, maka pesan yang disampaikan dapat berhasil dan mampu mengubah sikap dan perilaku seseorang.

B. Dakwah dan Komunikasi

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a-yad'u-da'wan*, *du'a*, yang diartikan sebagai menagajak, menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh*, *amr ma'ruf* dan *nahi munkar*, *mau'idzhoh hasanah*, *tabsyir*, *indzhar*, *washiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim* dan *khotbah*.²⁹

Warson Munawwir, menyebutkan bahwa dakwah artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), memanggil (*to summon*), menyeru (*to propose*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*).

Dakwah dalam pengertian tersebut, dapat dijumpai dalam ayat-ayat Alquran antara lain:

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ^ط

Artinya: Yusuf berkata, wahai Tuhanku, penjara lebih baik aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku” (QS. Yusuf (12): 33)³⁰

وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ ﴿١٢٠﴾

²⁹ M. Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 17

³⁰ Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*., hlm. 239

Artinya: Dan Allah menyeru manusia ke Dar As-Salam (negeri keselamatan), dan member petunjuk orang-orang yang dikehendaknya kepada jalan yang lurus (Islam). (QS. Yunus(10): 25)³¹

Banyak sekali kata-kata bahasa Arab yang erat kaitannya dengan kata dakwah, seperti antara lain:

- دعا إليه : Mengajak kepada
- دعا عليه : Mendoakan kejahatan³²
- دعا له : Mendoakan kebaikan
- ادعى الأمر : Mendakwahkan (perkara)
- داع : Yang mendoa, yang menyeru, yang memanggil.

Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan disebut dai(isim fail), artinya orang yang menyeru. Tetapi karena perintah memanggil atau menyeru adalah suatu proses penyampaian (tabligh) atas pesan-pesan tertentu, maka pelakunya dikenal juga dengan istilah *muballigh*, artinya penyampai atau penyeru.

Dengan demikian, secara etimologi dakwah dan tabligh itu merupakan suatu proses penyampaian (tabligh) atas pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.

Dari definisi di atas, makalah jelaslah bahwa dakwah itu sendiri mengandung beberapa aspek antara lain sebagai berikut:

³¹ Departemen Agama, RI, *Alquran.*, hlm. 211

³² Samur Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009) hlm. 2

- a. Mencakup semua aktifitas manusia Muslim
- b. Ada kesadaran dan tanggung jawab terhadap diri, orang lain dan terhadap Allah SWT.
- c. Mengandung perubahan yang semakin sesuai dengan ketentuan- ketentuan Allah SWT.³³

2. Hakikat Komunikasi Dalam Dakwah

Kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, dimana dai mengkomunikasikan pesan kepada *madu*, perorangan atau kelompok. Secara teknis dakwah adalah komunikasi antara dai (komunikator) dan Madu (komunikan). Semua hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi berlaku juga dalam dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah, dan bagaimana mengungkapkan apa yang tersembunyi di balik perilaku manusia dakwah sama juga dengan apa yang harus di kerjakan pada manusia komunikan. Perbedaan dakwah dengan komunikasi terletak pada muatan pesannya, pada komunikasi sifatnya netral sedangkan pada dakwah terkandung nilai keteladanan dan kebenaran.³⁴

DAKWAH	KOMUNIKASI
Pesan yang disampaikan lebih spesifik dibanding dengan pesan dalam komunikasi, dakwah biasanya berhubungan dengan amar ma'ruf dan nahi munkar.	Komunikasi cakupannya lebih luas dibandingkan dengan dakwah. Tidak ada batasan pesan dalam komunikasi. Apapun yang termasuk pesan atau informasi dan disampaikan, itu termasuk

³³ Hafi Anshari, *Pemahaman Dan Pengamalan Dakwah*, (Surabaya: Al- Ikhlas, 1993) hlm. 11

³⁴ Faizah dan Lalu muchsin Effendi. *Psikologi Dakwah*. (Jakarta) :Kencana.2009. hlm.36-37

	komunikasi.
Target dalam dakwah biasanya lebih spesifik untuk sesuatu yang berhubungan dengan keislaman.	Sasaran dalam berkomunikasi luas
Dakwah mengandung seruan atau ajakan kepada jalan kebenaran.	Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi atau ide atau gagasan.

3. Pesan Pesan Komunikasi Dalam Dakwah

Pesan komunikasi dalam dalam dakwah yaitu materi yang disampaikan dai kepada mad'u. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu:

a. Masalah akidah (keimanan)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah islamiyah. Aspek akidah ini yang akan membentuk moral manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah akidah atau keimanan.

b. Masalah syariah

Hukum atau syariah sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya. Pelaksanaan syariaah merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan

melindunginya dalam sejarah. Syariah inilah yang akan selalu menjadi kekuatan peradaban di kalangan kaum muslim.

c. Masalah akhlak

Secara etimologis, kata akhlaq berasal dari bahasa Arab, jamak dari “*Khuluqun*” yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dengan perkataan “*Khalqun*” yang berarti kejadian, erat hubungannya dengan khaliq yang berarti pencipta, dan “*Makhluk*” yang berarti yang diciptakan. Sedangkan secara terminology, pembahasan akhlak berkaitan dengan masalah dengan masalah tabiat atau kondisi temperamen batin yang mempengaruhi perilaku manusia.

Berdasarkan pengertian ini, maka ajaran akhlak dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi dari kondisi kejiwaannya. Dengan demikian, yang menjadi materi akhlak dalam Islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhinya.

4. Metode Komunikasi Dalam Dai

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “meta” (melalui) dan “hodos” (jalan, cara). Dengan demikian kita dapat artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber yang lain menyebutkan bahwa metode berasal dari bahasa Jerman *methodica*, artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* artinya

jalan yang dalam bahasa arab disebut *thariq*. Metode berarti cara yang telah diatur dan melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud.³⁵

Dakwah, apa pun bentuknya, merupakan komunikasi. Jadi, dakwah selalu merupakan bentuk komunikasi. Dakwah berarti komunikasi, namun tidak semua komunikasi berarti dakwah. Komponen dakwah sendiri identik dengan komponen komunikasi yang kita kenal selama ini, seperti da'i atau juru dakwah (komunikator, sender, source), madu (komunikan, receiver, penerima, objek), pesan (message, yakni materi keislaman/nilai-nilai atau ajaran Islam), dan efek atau *feedback* (dalam dakwah, efek yang diharapkan berupa iman dan amal saleh/takwa).

Dalam perspektif komunikasi, dakwah termasuk dalam kategori komunikasi persuasif (*persuasive communication*), yakni komunikasi yang membujuk, mengajak, atau merayu, semakna dengan makna dasar dakwah, yakni mengajak atau menyeru. Akar kata persuasif adalah *persuasio* (Latin), artinya membujuk, mengajak, atau merayu. Secara istilah, ada beberapa definisi komunikasi persuasif, namun hakikatnya sama-sama merujuk pada ajakan atau bujukan.

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Komunikasi persuasif adalah

³⁵ Munzier Suprata dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006). Hlm. 6

perilaku komunikasi yang bertujuan mengubah, memodifikasi atau membentuk respon (sikap atau perilaku) dari penerima.³⁶

5. Tujuan Komunikasi Dalam Dakwah

Tujuan adalah sesuatu yang ingin dicapai. Tujuan dakwah sesuatu yang dapat dicapai setelah dakwah itu terlaksana. Dalam kaitan ini para pakar berbeda pendapat dalam melihat tentang tujuan dakwah. Perbedaan tersebut sesungguhnya dapat memberikan pengayaan terhadap berbagai tujuan yang ingin dicapai.

Adapun tujuan dakwah secara lebih rinci dapat dirumuskan berdasarkan tinjauan tertentu. Sekurang-kurangnya tujuan itu dapat ditinjau dari dua segi, yaitu dari segi madu dan dari segi materi yang disajikan.

a. Tujuan Terhadap *Madu*

Keberadaan madu sebenarnya sangat majemuk atau heterogen. Namun demikian mereka secara umum dapat diklasifikasikan kepada individu atau pribadi, keluarga dan masyarakat. Ketiga klasifikasi tersebut bila dilihat dari tujuan dakwah, maka dakwah mempunyai tujuan yang berbeda.

Tujuan dakwah kepada setiap pribadi dapat dirumuskan sebagai berikut, yaitu: terbinanya pribadi Muslim yang sejati, yakni figur insani yang dapat menterjemahkan ajaran Islam dalam segala aspek kehidupannya. Tujuan dakwah untuk setiap keluarga Muslim adalah dapat terbinanya kehidupan yang Islami dalam rumah tangga, yaitu keluarga yang senantiasa mencerminkan nilai-nilai Islam baik sesama anggota

³⁶ Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis* (Bandung, Romelta, 2013) hlm. 13-14

keluarga dan dengan tetangga. Sedangkan tujuan yang diharapkan terhadap masyarakat adaalah terbinanya kehidupan yang rukun dan damai, taat dalam melaksanakan ajaran agama dan memiliki kepedulian sosial yang tinggi.

b. Tujuan Dari Segi Materi Dakwah

Menurut A. hajmy, tujuan dakwah adalah untuk membentangkan jalan Allah di atas bumi agar dilalui umat manusia. Tujuan dakwah jika berorientasi kepada pesan dakwah yang disampaikan, menurut Syekh Ali Mahfudh meliputi enam hal berikut.

1. Untuk meluruskan akidah
2. Untuk membetulkan amal
3. Untuk membina akhlak
4. Mengokohkan persatuan dan persaudaraan muslim

Tujuan dakwah yang disebutkan di atas baik dilihat dari objek maupun materi yang disampaikan, hal ini sangat tergantung pada kualitas dai serta perencanaan dakwah yang matang. Tujuan yang dipaparkan tersebut memang lebih bersifat ideal dibandingkan pelaksanaan dakwah dewasa ini. Walaupun demikian dalam pelaksanaan dakwah merupakan sesuatu keharusan untuk menetapkan suatu tujuan terlebih dahulu. Karena dengan tujuan yang jelas dapat memudahkan usaha untuk melaksanakan kegiatan dakwah.³⁷

³⁷ Abdullah, *Ilmu Dakwah, Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*, (Bandung: Citapustaka Media, 2015) hlm. 161

5. Hambatan Komunikasi Dalam Dakwah

a. Hambatan Sosio-antro-Psikologis

proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional. Ini berarti bahwa komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi berlangsung, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi.

b. Hambatan semantis

Kalau hambata sosiologis- antropologis-psikologis terdapat pada pihak komunikasi, maka hambatan semantic terdapat pada diri komunikator. Faktor semantis menyangkut bahasa yang dipergunakan komunikator sebagai “alat” untuk menyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan. Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan semantis ini, sebab salah ucap atau salah tulis dapat menimbulkan salah pengertian.

c. Hambatan mekanis

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Banyak contoh yang kita alami dalam kehidupan sehari-hari; suara telepon yang krotokan, ketikan huruf yang buram pada surat, suara yang hilang-muncul pada pesawat radio, berita surat kabar yang sulit dicari sambungan kolomnya, gambar yang meliuk-liuk pada pesawat televisi, dan lain-lain.³⁸

³⁸ Onong Uchjana efendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), 2009, hlm. 11

d. Hambatan ekologis

Hambatan ekologis terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan. contoh hambatan ekologis adalah suara riuh orang-orang atau kebisingan lalu lintas, suara hujan atau petir, suara pesawat terbang lewat, dan lain-lain pada saat sedang menyampaikan materi.³⁹

C. Tinjauan Umum Tentang Salat Berjamaah

1. Pengertian Salat Berjamaah

Menurut bahasa salat artinya adalah berdoa, sedangkan menurut istilah salat adalah suatu perbuatan serta perkataan yang dimulai dengan takbir dan diakhiri dengan salam sesuai dengan persyaratan yang ada. Salat yang wajib dalam sehari semalam adalah salat lima waktu.

Hukum salat fardhu lima kali sehari adalah wajib bagi semua orang yang telah dewasa atau akil baligh serta normal tidak gila. Jika tidak mengerjakan perkara yang wajib, yaitu salat lima waktu, maka akan mendapat siksa dari Allah SWT.

Menurut Mir Sayyid Ali al-Ha'iri ath-Thihrani salat yang digunakan dalam Alquran memiliki beberapa makna, diantaranya sebagai berikut:

- a. Doa, seperti dalam firman Allah Swt, (at-Taubah 9.103)

³⁹ *Ibid.*, hlm 12

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٣﴾

Artinya: Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka, dan Allah Maha Mendengar.⁴⁰

b. Pujian, seperti dalam firman-Nya. (QS al- ahzab 33:56)

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا ﴿٥٦﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah dan malaikat-malaikat-Nya bershalawat untuk Nabi. Hai orang-orang yang beriman, bershalawatlah kamu untuk Nabi dan ucapkanlah salam penghormatan kepadanya.⁴¹

c. Bacaan, seperti dalam firman-Nya,(Qs al isra 17.110)

قُلِ ادْعُوا اللَّهَ أَوْ ادْعُوا الرَّحْمَنَ أَيُّمَا مَا تَدْعُوا فَلَهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَىٰ وَلَا تَجْهَرُوا بِصَلَاتِكُمْ وَلَا تَخَافُوا فِيهَا وَابْتَغِ بَيْنَ ذَلِكَ سَبِيلًا ﴿١١٠﴾

Artinya : Katakanlah, “Serulah Allah atau serulah Ar-Rahman. Dengan nama yang mana saja kamu seru, dia mempunyai al asmaaul husna (nama-nama yang terbaik) dan janganlah kamu mengeraskan suaramu dalam salatmu dan janganlah pula merendahkanya dan carilah jalan tengah di antara kendala itu”.

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Alquran.*, hlm. 203

⁴¹ Departemen Agama, RI, *Alquran.*, hlm. 426

- d. Rahmat, seperti dalam firman-Nya, (Qs Albaqarah 2.157)


 أُولَئِكَ عَلَيْهِمْ صَلَوَاتٌ مِّن رَّبِّهِمْ وَرَحْمَةٌ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُهْتَدُونَ

Artinya : Mereka itulah yang mendapat keberkatan yang sempurna dan rahmat dari Tuhan mereka dan mereka itulah orang-orang yang mendapat petunjuk.

- e. Salat yang disyariatkan dan dikhususkan dengan gerakan-gerakan dan zikir, yakni salat yang kita kenal dalam pengertian sehari-hari.

Jadi, salat dinamai demikian karena dalam salat, ketika berdiri ada bacaan, ketika duduk ada pujian, dan ketika berdoa dan bagi pelakunya ada limpahan rahmat.

Salat berjamaah adalah salat yang dilakukan lebih dari satu orang dimana seseorang berdiri di depan menjadi imam, sedangkan yang lain berdiri di belakang menjadi makmum. Batas minimalnya adalah dua orang.

2. Hukum Dan Dalil Salat Berjamaah

Ada beberapa pendapat ulama mengenai hukum salat berjamaah, sebagai berikut.

- a. *Fardhu 'ain* yaitu salat berjamaah yang dilakukan pada salat jum'at menurut kesepakatan semua ulama mazhab dan semua salat.
- b. *Fardhu kifayah*, yaitu salat berjamaah yang dilakukan selain salat jum'at *Sunnah. mu'akkadah*, yaitu salat berjamaah yang dilakukan selain salat jumat.

Hukum tersebut di atas diperuntukkan bagi orang-orang yang memiliki syarat-syarat berikut ini.

Ketiga pendapat di atas masing-masing memiliki hujjah yang kuat dari Alquran dan hadis. Secara umum Alquran sangat menganjurkan untuk dilakukan salat berjamaah, Allah SWT berfirman:

وَإِذَا كُنْتَ فِيهِمْ فَأَقَمْتَ لَهُمُ الصَّلَاةَ فَلْتَقُمْ طَآئِفَةٌ مِّنْهُمْ مَّعَكَ وَلْيَأْخُذُوا أَسْلِحَتَهُمْ فَإِذَا سَجَدُوا فَلْيَكُونُوا مِن وَرَائِكُمْ وَلْتَأْتِ طَآئِفَةٌ أُخْرَى لَمْ يُصَلُّوا فَلْيُصَلُّوا مَعَكَ وَلْيَأْخُذُوا حِذْرَهُمْ وَأَسْلِحَتَهُمْ ۗ وَذَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَوْ تَغْفُلُونَ عَنْ أَسْلِحَتِكُمْ وَأَمْتِعَتِكُمْ فَيَمِيلُونَ عَلَيْكُمْ مَّيْلَةً وَاحِدَةً وَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِن كَانَ بِكُمْ أَذًى مِّن مَّطَرٍ أَوْ كُنْتُمْ مَّرْضَىٰ أَنْ تَضَعُوا أَسْلِحَتَكُمْ ۖ وَخُذُوا حِذْرَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ أَعَدَّ لِلْكَافِرِينَ

عَذَابًا مُّهِينًا ﴿١٢﴾

Artinya: Dan apabila kamu berada tengah-tengah mereka (sahabatmu) lalu kamu hendak mendirikan salat bersama-sama mereka, maka hendaklah segolongan dari mereka (yang salat besertamu) sujud (telah menyempurnakan serakaat), maka hendaklah mereka pindah dari belakangmu (untuk menghadapi musuh) dan hendaklah datang segolongan yang kedua yang belum salat, lalu salatlailah mereka denganmu, dan hendaklah mereka bersiap siaga dan menyandang senjata. Orang-orang kafir ingin supaya kamu lengah terhadap senjatamu dan harta bendamu, lalu mereka menyerbu kamu dengan sekaligus, dan tidak ada dosa atasmu meletakkan senjata-senjatamu, jika kamu mendapat suatu kesusahan karena hujan atau karena kamu memang sakit, dan siap siagalailah kamu. Sesungguhnya Allah telah menyediakan azab yang menghinakan bagi orang-orang kafir itu. (QS. An- Nisa; (4) : 102)

Pendapat yang mengatakan bahwa salat berjamaah itu sunnah muak'kah ada;ah berpedoman kepada hadis rasulullah:

صَلَاةُ الْجَمَاعَةِ أَفْضَلُ مِنْ صَلَاةِ الْفَدِّ بِسَبْعٍ وَعِشْرِينَ دَرَجَةً

Salat berjamaah lebih utama dari pada salat sendirian berbanding 27 derajat, dalam riwayat lain berbanding 25 derajat. (HR. Al-Bukhari dan Muslim)

Pendapat yang mengatakan bahwa salat berjamaah itu hukumnya fardhu kifayah adalah hadis rasulullah. Beliau bersabda:

Tak ada tiga orang yang berkumpul di suatu kampong atau pedesaan yang tidak mendirikan salat berjamaah kecuali akan diganggu oleh setan, maka biasakanlah kalian salat berjamaah karena serigala itu akan memakan domba yang menyendiri. (HR. Abu Dawud)

Pendapat yang mengatakan bahwa salat berjamaah itu hukumnya fardhu a'in di setiap salat fardhu adalah hadis Rasulullah. Beliau bersabda:

Sungguh aku sudah bermaksud memerintahkan untuk mendirikan salat lalu aku perintahkan seseorang melaksanakan salat bersama orang-orang (menjadi imam), sedang aku sendiri bersama orang lain yang membawa setumpuk kayu bakar berangkat mencari kaum (orang) yang tidak mendatangi salat berjamaah maka aku akan bakar rumah mereka dengan api. (HR. Al-Bukhari dan Muslim).

3. Salat Yang Disunnahkan Berjamaah

- a. Salat maktubah (salat fardhu lima waktu)
- b. Salat dua hari raya (Idul Fitri dan Idul Adha)
- c. Salat kususuf (gerhana matahari dan bulan)
- d. Salat istisqa (minta hujan)
- e. Salat tarawih dan witr pada bulan ramadhan

f. Salat jenazah⁴²

4. Landasan Teori

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *communication competency*, teori ini diperkenalkan oleh Spitzberg dan cupac. Kata teori ini kompetensi komunikasi bahwa komunikasi ini akan efektif artinya komunikan mengubah sikapnya kalau komunikator Mempunyai kompetensi

1. pengetahuan tentang apa yang diinformasikan
2. Keterampilan berkomunikasi
3. Motivasi komunikasi yang dikemukakan oleh komunikator.

Jika pengetahuan komunikator atas topik itu makin lengkap, komunikator ini makin terampil berkomunikasi, dan menjelaskan motivasi komunikasi, maka akan mengubah sikap komunikan. jika pengetahuan komunikator atas topik itu makin lengkap, komunikator ini makin terampil berkomunikasi, dan menjelaskan motivasi komunikasi, maka akan mengubah sikap komunikan.

Pengukuran Efektivitas komunikasi seperti halnya dengan ilmu-ilmu lain, juga ilmu komunikasi dapat mengadakan pengukuran terhadap berbagai keefektifannya. Ada beberapa parameter yang dapat digunakan, yaitu:

1. *Audience coverage*, artinya berapa besar jumlah audience/hadirin/komunikan dalam suatu kesempatan yang dicapai oleh suatu pesan.

⁴² Firdaus Wajdi Dan Saira Rahmadani, *Buku Pintar Shalat Wajib Dan Sunnah*, (Jakarta: Zaman, 2013) hlm. 98

2. *Audience respons*, artinya apa pendapat-pendapat dari komunikan terhadap masalah atau pesan yang disampaikan.
3. *Communication impact*, artinya apakah yang berbekas di pihak komunikan.
4. *Process of influence*, artinya metode dan teknik komunikasi yang manakah yang paling efektif untuk menyampaikan pesan.

D. Kajian Terdahulu

Penelitian yang menjadikan efektivitas komunikasi sebagai bahan kajian dalam penelitiannya pada dasarnya sudah cukup banyak dilakukan. Hanya saja dalam kaitannya dengan upaya membangun kesadaran salat berjamaah sepertinya cukup jarang dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan efektivitas komunikasi dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ismail Hasibuan pada tahun 2016 dengan judul “Efektivitas komunikasi dai dalam membangun kesadaran zakat petani sawit di desa bara kecamatan portibi kabupaten padang lawas utara” temuan penelitian ini menunjukkan bahwasanya belum efektifnya dai dalam menyampaikan dakwahnya sehingga masih kurangnya kesadaran masyarakat di desa bara dalam mengeluarkan zakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui yang disampaikan oleh dai, mengetahui metode yang digunakan oleh dai serta mengetahui hambatan-hambatan

yang dihadapi oleh dai dalam upaya membangun kesadaran zakat petani sawit di Desa Bara Kec. Portibi kab. Padang Lawas Utara.

Metode penelitian yang digunakan berupa metode kualitatif-deskriptif. Penggunaan metode penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan mengungkapkan (*to describe and explore*) mengenai efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh dai dalam upaya untuk membangun kesadaran zakat petani sawit.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa materi komunikasi dakwah yang disampaikan oleh dai sudah relevan dengan tujuan dan usaha untuk membangun kesadaran zakat petani sawit di Desa Bara. Dalam komunikasi dakwah yang dilakukan oleh dai di Desa Bara, dai mengemukakan materi tentang jenis-jenis zakat. Secara spesifik dai juga menyinggung tentang kewajiban mengeluarkan zakat hasil perkebunan sawit dengan kriteria tertentu. Metode komunikasi yang dilakukan oleh dai dalam upaya untuk membangun kesadaran zakat petani sawit adalah metode ceramah yang sifatnya persuasif yang dibarengi dengan metode tanya jawab.

- b. Penelitian Yang Dilakukan Oleh Iman Syahputra. Aplikasi Teknik Komunikasi Persuasif Dai Pada Pengajian Al-Ikhlas Dalam Meningkatkan Ibadah Jama'ah Masjid Al-Ikhlas Kelurahan Pulo Brayan Darat 1 Kecamatan Medan Timur.

Adapun metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan pendekatan penelitian kualitatif, yang artinya penelitian yang menggunakan prosedur

temuan-temuan yang tidak diperoleh melalui prosedur statistic atau bentuk hitungan lainnya atau kuantifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasive yang digunakan dai cukup baik dan sesuai dengan metode dan teori yang digunakan, hal ini dibuktikan dengan terjadinya peningkatan-peningkatan dari jama'ah dari segi ilmu pengetahuan atau dalam segi ibadah yang mereka lakukan mengalami banyak peningkatan.

- c. Penelitian yang dilakukan oleh Yeni Rahmi Marbun yang berjudul Efektivitas Komunikasi Bank Sumut Syariah Kantor Capem Syariah Karya Dalam Meningkatkan Nasabah Di Kota Medan.

Penelitian ini bersifat kualitatif, dengan pendekatan ilmu komunikasi dan mendeskriptifkan secara alami, yang dilakukan pada Bank Sumut Syariah Kantor Capem Syariah Karya.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bentuk komunikasi bank sumut syariah kantor capem syariah karya dengan nasabah, untuk mengetahui faktor pendukung dan hambatan komunikasi bank sumut syariah kantor capem syariah karya dengan nasabah, untuk mengetahui perkembangan jumlah nasabah bank sumut syariah kantor capem syariah karya.

Bank sumut syariah adalah bank pemerintah dimana sistem usahanya yaitu dengan syariah Islam, adanya ijab-kabul dan tidak memakan riba. Bentuk komunikasi yang dilakukan bank syariah sumut adalah komunikasi non-verbal yang menjelaskan

proses penyampaian arti dalam bentuk pesan yang bukan berupa kata-kata melainkan pelayanan yang diberikan misalnya isyarat, bahasa tubuh atau postur, ekspresi wajah, dan kontak mata, objek komunikasi seperti pakaian, gaya rambut, arsitektur tempat atau kondisi, dan sebagainya.

Dalam penelitian ini yang dilakukan di lingkungan bank sumut syariah, di harapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi semua kalangan yang mempunyai kepentingan dalam studi ini, dan juga kepada pihak yang mempunyai otoritas dalam berbagai bentuk pergerakan perbankan syariah dapat lebih melaksanakan sengan syariah Islam secara utuh

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif – deskriptif. Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Secara lebih khusus penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan dan mengungkapkan (*to describe and explore*) mengenai efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh dai dalam upaya membangun kesadaran salat berjama'ah pegawai HTI. PT. PLP Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Alasan mengapa kemudian penelitian tertarik untuk menjadikan HTI.PT. PLP sebagai lokasi penelitian selain memang karena mayoritas agama Islam juga disebabkan oleh karena perusahaan HTI. PT. PLP menyediakan Dai setiap RKT dan jam kerja karyawan juga tidak bertentangan dengan waktu salat berjama'ah. Sebab lainnya yang juga turut menambah semangat peneliti untuk menjadikan HTI.PT. PLP sebagai lokasi adalah karena HTI.PT. PLP ini merupakan tempat orang tua bekerja dan peneliti sekolah di perusahaan ini. Sehingga

melalui penelitian ini peneliti berharap untuk setidaknya dapat berkontribusi dalam upaya membangun kesadaran salat berjama'ah pegawai HTI.PT. PLP. Atas beberapa alasan tersebutlah peneliti merasa sangat ideal untuk menjadikan HTI.PT. PLP sebagai lokasi penelitian.

C. Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan sumber data berupa informan dan peristiwa atau kejadian. Informan di HTI.PT.PLP sebagai pelaku komunikasi (komunikator), aktivitas keagamaan, serta masyarakat sebagai komunikan, khususnya masyarakat yang beragama Islam dan berprofesi sebagai karyawan HTI.PT.PLP

Berdasarkan studi pendahuluan yang peneliti lakukan, di HTI.PT.PLP terdapat empat orang Ustadz atau dai yang sering mengisi kegiatan keagamaan di RKT (rencana kerja tahunan) masing-masing, yaitu ;RKT 90/91 barak tengah ustad Dahyar Siregar, RKT 92/93 barak jhondere ustad Suaner Purba, RKT 94/95 T Barak sawit Ustad Dedi Muliarno, RKT 94/95 B barak Baru Ustad Syaripuddin Rambe.

Tabel 1. Populasi Sumber Data Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pria	502	58 %
2	Wanita	370	42 %
Jumlah		872	100 %

Tabel 2. Populasi Sumber Data Berdasarkan Agama

No	Agama	Jumlah	Persentase
1	Islam	800	90 %
2	Non Islam	72	10 %
Jumlah		872	100 %

Tabel 4. Populasi Berdasarkan Tempat Tinggal

no	Lokasi Tinggal	Jumlah	Persentase
1	RKT 90/91 Barak Tengah	115 Kepala Keluarga	25 %
2	RKT 92/93 Barak Jhondere	153 Kepala Keluarga	30 %
3	RKT 94/95 T Barak Sawit	61 Kepala Keluarga	20 %
4	RKT 94/95 B Barak Baru	147 Kepala Keluarga	25 %
Jumlah		476	100 %

Dari total keseluruhan kepala keluarga yang ada di HTI.PT.PLP yang berjumlah 476 orang ialah karyawan yang berprofesi di bidang sawit dan karet. Karyawan disini yakni karyawan yang bekerja di bawah naungan HTI.PT.PLP.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Indepth Interview (Wawancara mendalam) yang dilakukan kepada informan penelitian yakni interview terstruktur. Data-data yang diambil dengan metode ini adalah data terkait dengan materi dai, metode penyampaian dakwah dai, hasil dai, dan hambatan yang dialami dai.
2. Teknik Observasi yang digunakan adalah observasi sistematis yang melakukan terhadap objek penelitian. Observasi yang dimaksud peneliti dalam penelitian ini adalah mengamati dan mencatat kegiatan-kegiatan keagamaan seperti ceramah-ceramah agama yang disampaikan oleh dai yaitu yang mengenai materi,metode,hambatan,dan hasil yang dicapai dai.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrument pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara. Pedoman wawancara yang digunakan untuk menanyakan mengenai efektifitas komunikasi dai dalam membangun kesadaran pegawai Hutan Tanaman Industri kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan dengan menggunakan alat pengumpulan data masing-masing dijelaskan sebagai berikut:

1) Daftar Pertanyaan.

Daftar pertanyaan merupakan alat pengumpulan data yang peneliti gunakan ketika menggunakan teknik wawancara saat pengumpulan data dilakukan. Daftar pertanyaan terdiri dari beberapa butir pertanyaan untuk dijawab oleh

informan yang isinya relevan dengan rumusan masalah penelitian yang telah dikemukakan.

2. Pedoman Observasi

Pedoman observasi merupakan alat pengumpulan data yang dipakai ketika peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi. Pedoman observasi memuat beberapa item pokok yang sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Item-item yang dimuat di dalam pedoman observasi kemudian dijadikan sebagai alat untuk melihat dan membandingkan teori yang telah dibangun dengan fakta aktual yang berkaitan dengan komunikasi di dalam membangun kesadaran salat berjamaah.

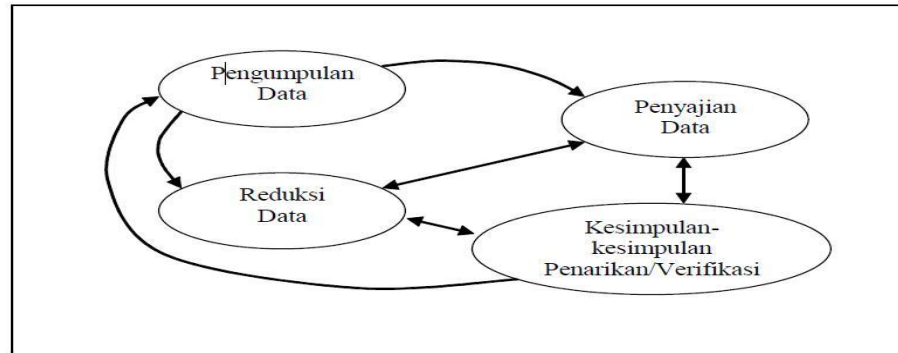
F. Teknik Analisis Data

Setelah data-data yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara dengan dai yang memberikan tausiah pada pengajian rutin terkumpul berdasarkan indikator pertanyaan-pertanyaan yang akan penulis buat, selanjutnya peneliti berusaha memaparkan keadaan dan lokasi yang ada secara resmi, dari bentuk-bentuk komunikasi yang dilakukan oleh objek penelitian. Maka proses analisis data yang dilakukan adalah terus- menerus. Penyajian data yang diperoleh di lapangan secara apa adanya.

Analisis data yang dilakukan secara terus-menerus sampai data yang dibutuhkan dalam penelitian ini tercapai. Sesuai dengan analisis data yang dibuat oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman:

1. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan agar data yang ada tidak bertumpuk-tumpuk sehingga lebih mudah mengidentifikasinya.
2. Penyajian data merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid. Dimana data-data yang telah didapat di susun dan dijadikan satu kesatuan/perpaduan yang berkaitan sehingga diketahui secara jelas mana data yang sesuai dengan tujuan penelitian dan dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi.
3. Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Yang mana penarikan kesimpulan ini dilakukan dengan cara induktif, yaitu menarik kesimpulan dari hal-hal yang bersifat khusus kepada yang bersifat umum. Sehingga pada akhirnya kita memperoleh hasil yang maksimal dari penelitian yang kita lakukan.
4. Telah dikemukakan tiga hal utama yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan sebagai suatu yang jalan-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar, untuk membangun wawasan umum yang disebut “analisis”. Tiga hal utama tersebut dapat dilihat pada skema dibawah ini.

Skema Teknik Analisis Data Matthew B. miles dan A. Mischael Huberman:



Gambar 1. Komponen-komponen Analisis Data: Model Interaktif

43

⁴³<https://www.google.co.id/search?q=Skema+Teknik+Analisis+Data+Matthew+B.+miles+da+n+A.+Michael+Huberman>. Pada 20 april pukul 23.55

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Materi Komunikasi Dai

Terkait dengan upaya untuk melihat dan mengukur efektivitas komunikasi, yang paling pokok untuk dilakukan adalah melihat materi yang disampaikan oleh dai (komunikator). Efektivitas komunikasi akan tercapai dan terwujud dengan baik jika materi yang disampaikan relevan dengan tujuan komunikasi itu sendiri. Dalam hal ini tujuan tersebut tidak lain adalah untuk membangun kesadaran salat berjamaah bagi karyawan. Dalam konteks, maka materi yang disampaikan oleh dai harus dalam lingkup keagamaan mengenai salat. Materi para ustad sebagai berikut:

1. Dahyar Siregar dalam kegiatan Wirid yasin materi yg dibawakan adalah salat adalah tiang agama
2. Suaner Purba dalam kegiatan yasin bapak-bapak dengan materi keutamaan salat berjamaah di mesjid
3. Syaripuddin Rambe Ceramah dengan materi keistimewaan salat berjamaah
4. Dedi muliatno Ceramah dengan tema membiasakan diri salat berjamaah

Berdasarkan tabel di atas didapati fakta bahwa materi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh ustadz selaku komunikator telah relevan dengan tujuan membangun kesadaran salat berjamaah. Materi yang disampaikan berupa, salat adalah tiang agama, keutamaan salat berjamaah di mesjid, keistimewaan salat

berjamaah, membiasakan diri salat berjamaah. Informasi yang dikumpulkan dari masyarakat mengkonfirmasi bahwa dalam kegiatan ceramah agama yang dilakukan, dai menyampaikan akan kewajiban salat berjamaah.

Secara spesifik berdasarkan hasil wawancara materi yang disampaikan oleh dai juga mencakup pentingnya salat berjamaah khususnya bagi laki-laki.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ صَلَاةُ الْجَمَاعَةِ أَفْضَلُ مِنْ صَلَاةِ أَحَدِكُمْ وَحْدَهُ بِخَمْسَةِ عَشْرِينَ جُزْءًا.

Artinya : Diriwayatkan oleh Abu Hurairah : Sesungguhnya Rasulullah pernah bersabda: “Sholat berjamaah itu lebih utama 25 kali lipat dibandingkan dengan sholatnya seseorang di antara kalian sendirian.”⁴⁴

B. Metode Komunikasi Dai

Komunikasi merupakan suatu yang sangat pokok dalam setiap hubungan, baik intra maupun interpersonal. Komunikasi dilakukan oleh pihak yang memberitahukan (komunikator) dengan pihak yang menerima (komunikan). Komunikasi efektif terjadi apabila suatu pesan yang diberitahukan oleh komunikator dapat diterima dengan baik atau sama oleh komunikan, sehingga tidak terjadi salah persepsi.

Kemampuan berkomunikasi yang baik dan efektif sangat diperlukan oleh dai selaku juru dakwah agar pesan dakwah dapat dipahami oleh mad'u dengan baik. Agar komunikasi dapat berjalan lancar, maka dibutuhkan keahlian dalam *communication*

⁴⁴Imam Al-Mundziri, *Ringkasan Shahih Muslim*, (Bandung: Jabal, 2013), cet.ke-2, hal. 134

skill.⁴⁵ Banyak orang yang berkomunikasi hanya mengandalkan gaya yang dipakai sehari-hari. Mereka menganggap cara komunikasi yang mereka pakai sudah benar. Padahal kalau dicermati masih banyak kesalahan dalam berkomunikasi. Dalam kaitannya dengan hal tersebut, maka pemilihan dengan metode komunikasi yang tepat merupakan suatu keniscayaan. Jadi dituntut untuk cermat memilih metode komunikasi yang sesuai dengan karakteristik mad'u.

Sebagaimana kita ketahui bahwa metode komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari satu pihak lain agar terjadi interaksi antara keduanya untuk tujuan tertentu. Agar tercapainya efektivitas komunikasi maka metode komunikasi harus dikemas secara menarik dan jelas sehingga dapat dimengerti dan mencapai tujuan yang diharapkan di dalam komunikasi.

Metode komunikasi dakwah yaitu cara-cara penyampaian dakwah, baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan-pesan dakwah tersebut mudah diterima. Metode komunikasi dakwah yaitu cara-cara penyampaian dakwah, baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan-pesan dakwah tersebut mudah diterima. Metode komunikasi dakwah hendaklah menggunakan metode yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u sebagai penerima pesan-pesan dakwah. Sudah selayaknya penerapan metode dakwah mendapat perhatian yang serius dari para penyampai dakwah.

Berdasarkan pada hasil wawancara dengan informan bahwa metode komunikasi dakwah yang digunakan dalam kegiatan ceramahnya cenderung variatif,

⁴⁵ Rajalun Harahapa, Tokoh Masyarakat, "HTI.PT.PLP", *Wawancara Pribadi*, 13 April 2017

namun lebih dominan menggunakan metode ceramah yang bersifat persuasive dan tanya jawab.⁴⁶ Meskipun metode ceramah merupakan metode yang paling tua yang pernah dilakukan dalam sejarah dakwah, namun sampai saat ini metode ceramah masih tetap dipergunakan dalam berbagai proses dakwah yang berlangsung baik dalam lingkungan formal maupun tidak. Seperti halnya yang dilakukan oleh dai di HTI. PT.PLP yang masih menggunakan metode ini untuk kegiatan dakwahnya.

Metode ceramah yang digunakan oleh dai dimaksudkan untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian dan penjelasan tentang suatu kepada pendengar dengan menggunakan lisan. Metode ceramah merupakan suatu teknik dakwah yang banyak diwarnai oleh karakteristik bicara seorang dai pada suatu aktivitas dakwah. metode ini secara spesifik diimbangi dengan keterampilan khusus dai tentang retorika, diskusi dan faktor-faktor lain yang membuat pendengar merasa simpatik dengan ceramahnya.

Metode persuasif ditujukan untuk mempengaruhi pilihan komunikan. Komunikasi persuasif dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis. Oleh dai metode persuasive dilakukan dengan dua cara; pertama, penyampaian pesan dengan kata-kata atau simbol-simbol komunikasi yang memberikan asosiasi yang menyenangkan. Metode ini dipergunakan untuk memperoleh penerimaa, kepercayaan, dan partisipasi dari mad'u agar ikhlas dalam melaksanakan ibadah termasuk salat berjamaah.

⁴⁶ Dahyar Siregar, Dai, "HTI.PT.PLP", *Wawancara Pribadi*, 24 april 2017

Kedua; penyampaian pesan dengan kata-kata atau simbol-simbol komunikasi yang membangkitkan rasa khawatir atau takut. Dalam hal ini dai mengutarakan dampak buruk berupa dosa yang amat besar bagi orang-orang yang tidak melaksanakan salat.⁴⁷

Informasi yang diperoleh dari masyarakat secara implisit mengkonfirmasi kebenaran bahwa komunikasi dakwah yang dilakukan oleh dai menggunakan metode persuasive. Kesimpulan ini di dapat berdasarkan pernyataan informan berikut ini:

“... isi ceramah itu adalah manfaat dari salat berjamaah diantaranya dapat dilihat dalam aspek ibadah, pendidikan dan sosial. Dari aspek ibadah tentunya kita mengetahui bahwa pahala salat berjamaah 27 kali lipat lebih besar dibanding dengan salat munfarid (sendiri). Dalam aspek pendidikan salat berjamaah menanamkan ketaatan dan kedisiplinan. Ketaatan pada imam sebagai pimpinan dan kedisiplinan dalam mengikuti aturan-aturan yang ditetapkan bagi para makmum.

Dari aspek sosial, salat berjamaah mengajarkan kesetaraan seluruh unsur masyarakat di hadapan Allah Swt. miskin - kaya, rakyat - pejabat, bodoh – pintar, dan perbedaan lainnya tidak menjadi alasan untuk membeda-bedakan. Semua menghadap ke arah kiblat yang sama, berbaris dalam saf yang sama, melakukan gerakan yang sama, membaca bacaan yang sama, berdiri sama tinggi dan duduk sama rendah dalam menghaap Tuhan yang sama yaitu Allah ‘Azza wa Jalla.⁴⁸

⁴⁷ Anita wati Harahap, Tokoh Masyarakat,” HTI.PT.PLP”, *Wawancara Pribadi*, 15 april 2017

⁴⁸ Purba, suaner, “Dai HTI.PT.PLP”, *Wawancara Pribadi*, Labusel, 15 april 2016

Manfaat salat berjamaah lainnya dapat diketahui melalui hadis yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah, beliau meriwayatkan bahwa Rasulullah Saw. bersabda: Pahala salat berjamaah melebihi salat sendirian yang dilakukan di rumah atau di kedai dengan dua puluh tujuh derajat. Yang demikian itu ialah apabila seseorang berwudhu dengan baik, kemudian ia pergi ke masjid tanpa tujuan lain kecuali untuk melaksanakan salat. Maka setiap langkahnya akan meningkatkan derajatnya satu derajat dan menghapus darinya dosa yang pernah dilakukannya sampai ia masuk ke dalam masjid. Setelah berada di dalam masjid ia dipandang seperti melakukan salat hingga waktu salat tiba. Sementara malaikat terus menerus berdoa untuknya selama ia masih berada di atas tempat salatnya, dan selagi ia belum batal dari wudhunya,” Wahai Allah !berikanlah rahmat kepadanya. Wahai Allah! karuniakanlah ampunan kepadanya. Wahai Allah terimalah tobatnya.”(HR. Al-Bukhari dan Muslim).

Selanjutnya, metode yang juga digunakan oleh dai dalam komunikasi dakwahnya yaitu metode tanya jawab. Tanya jawab adalah metode yang dilakukan dengan menggunakan proses komunikasi dua arah antara komunikator dengan komunikan. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana ingatan atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai materi dakwah. metode tanya jawab sebagai suatu cara menyajikan dakwah biasanya digunakan oleh dai secara bersama-sama dengan metode dakwah lainnya, seperti metode ceramah. Metode tanya jawab ini sifatnya membantu kekurangan-kekurangan yang terdapat pada metode ceramah.

C. Hasil yang di Capai

Setelah peneliti mengkonfirmasi hal tersebut dengan informasi dari kalangan karyawan, mereka membenarkan adanya tanya jawab yang dilakukan oleh dai dalam ceramahnya. Berikut pernyataan informan tersebut ketika peneliti menanyakan perihal adanya tanya jawab pada saat dai melakukan ceramah:

“... ustadz selalu mempersilahkan kepada mad'u untuk bertanya setelah beliau selesai menyampaikan isi ceramahnya.

Berdasarkan informasi yang peneliti kumpulkan dari kalangan masyarakat yaitu ibu Sulastri yang salah satunya adalah karyawan HTI.PT.PLP melalui prosedur wawancara, didapati sebagian besar karyawan setelah mendengarkan ceramah beliau menyadari pentingnya salat berjamaah dan melakukan perubahan pada dirinya.

HTI.PT.PLP. merupakan sebuah hutan tanaman industri yang terletak di kelurahan langga payung kecamatan sei kanan kabupaten labuhan batu selatan.

Tabel Populasi Sumber Data Berdasarkan Tempat Tinggal

No	Lokasi Tinggal	Jumlah	Persentase
1	RKT 90/91 Barak Tengah	115 Kepala keluarga	25 %
2	RKT 92/93 Barak Jonder	153 Kepala keluarga	30 %
3	RKT 94/95 T Barak Sawit	61 Kepala keluarga	20%
4	RKT 94/95 B Barak Baru	147 Kepala keluarga	25 %
Jumlah		479	100 %

HTI.PT.PLP. termasuk daerah sentra perkebunan di kabupaten Labuhan Batu Selatan. Komoditas perkebunan yang dihasilkan berupa getah, dan kelapa sawit. Dari

total karyawan HTI. PT. PLP 4 RKT di atas merupakan karyawan tetap perusahaan ini.

Berdasarkan hasil wawancara dan catatan lapangan, peneliti melihat bahwa kehidupan beragama masyarakat di HTI.PT.PLP cukup semarak, hal ini karena adanya kegiatan pengajian yang rutin dilaksanakan oleh majelis-majelis taklim, baik oleh kaum ibu maupun kaum bapak.

Pada dasarnya bentuk aktivitas majelis taklim dikalangan masyarakat sudah dilaksanakan dengan baik selama satu kali seminggu, yakni majelis taklim kaum ibu dan kaum bapak. Khusus majelis taklim yang dilaksanakan oleh kaum ibu diadakan pada jumat sore dengan mengundang ustadz yang ada di RKT masing-masing untuk bertindak sebagai Dai. Sementara kaum bapak biasanya dirangkai dengan kegiatan wirid yasin yang dilaksanakan setiap Kamis malam. Setelah profesi wirid yasin dilaksanakan, kemudian ustadz yang telah di undang sebelumnya dipersilahkan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya.

a. Materi Komunikasi Dai

Terkait dengan upaya untuk melihat dengan mengukur efektivitas komunikasi, yang paling pokok untuk dilakukan adalah melihat materi yang disampaikan oleh Dai (komunikator). Efektivitas komunikasi akan tercapai dan terwujud dengan baik jika materi yang disampaikan relevan dengan tujuan komunikasi itu sendiri. Dalam hal ini tujuan tersebut tidak lain adalah untuk membangun kesadaran salat berjamaah bagi karyawan HTI.PT. PLP.

b. Metode Komunikasi Dai

Komunikasi merupakan suatu yang sangat pokok dalam setiap hubungan, baik intra maupun interpersonal. Komunikasi dilakukan oleh pihak yang memberitahukan (komunikator) dengan pihak yang menerima (komunikasn). Komunikasi efektif terjadi apabila suatu pesan yang diberitahukan oleh komunikator dapat diterima dengan baik atau sama oleh komunikan, sehingga tidak terjadi salah persepsi.

Kemampuan berkomunikasi yang baik dan efektif sangat diperlukan oleh dai selaku juru dakwah agar pesan dakwah dapat dipahami oleh mad'u dengan baik.⁴⁹ Agar komunikasi dapat berjalan lancar, maka dibutuhkan keahlian dalam *communication skill*. Banyak orang yang berkomunikasi hanya mengandalkan gaya yang dipakai sehari-hari. Mereka menganggap cara komunikasi yang mereka pakai sudah benar. Padahal kalau dicermati masih banyak kesalahan dalam berkomunikasi. Dalam kaitannya dengan hal tersebut, maka pemilihan metode komunikasi yang tepat merupakan suatu keharusan. Dai dituntut untuk cermat memilih metode komunikasi yang sesuai dengan karakteristik mad'u.

Sebagaimana kita ketahui bahwa metode komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain agar terjadi interaksi antara keduanya untuk tujuan tertentu. Agar tercapainya efektivitas komunikasi maka metode komunikasi harus dikemas secara menarik dan jelas sehingga dapat dimengerti dan mencapai tujuan yang diharapkan di dalam komunikasi.

⁴⁹ Syaripuddin Rambe, Ustad, "HTI.PT.PLP", *Wawancara Pribadi*, 16 april 2017

Berdasarkan pada hasil wawancara dengan informan bahwa metode komunikasi dakwah yang digunakan dalam kegiatan ceramahnya cenderung variatif dan tanya jawab. Seperti halnya yang dilakukan oleh dai di HTI. PT.PLP yang masih menggunakan metode ceramah untuk kegiatan dakwahnya. Metode ini dijelaskan dalam penggalan surat an-Nahl ayat 125 sebagai berikut:

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

Artinya: serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan berdebatlah dengan baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Metode ceramah yang digunakan oleh dai dimaksudkan untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, dan penjelasan tentang suatu kepada pendengar dengan menggunakan lisan. Metode ceramah merupakan suatu teknik dakwah yang banyak diwarnai oleh karakteristik bicara seorang dai pada suatu aktivitas dakwah. Dalam komunikasi dakwah diperlukan sebuah metode yang relevan dengan kondisi mad'u. Metode yang dipilih harus benar agar pesan dakwah dimengerti dengan benar sehingga terjadinya perubahan kearah yang lebih baik pada diri mad'u. agar metode yang dipilih dan digunakan benar-benar fungsional, maka dai harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan metode, yakni :

- Tujuan dengan berbagai jenis dan fungsinya
- Sasaran dakwah, baik masyarakat atau individual dengan memperhatikan tingkat usia, pendidikan dan kebudayaan.
- Situasi dan kondisi yang beraneka ragam
- Media dan fasilitas yang tersedia, dengan berbagai macam kuantitas dan kualitasnya.
- Kepribadian dan kemampuan seorang dai.

Selanjutnya, metode yang juga digunakan oleh dai dalam komunikasi dakwahnya yaitu metode tanya jawab. Tanya jawab adalah metode yang dilakukan dengan menggunakan proses komunikasi dua arah antara komunikator dengan komunikan secara lebih intens. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana ingatan atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai materi dakwah, disamping itu juga untuk merangsang perhatian penerima dakwah. Metode tanya jawab sebagai suatu cara menyajikan dakwah biasanya digunakan oleh dai secara bersama-sama dengan metode dakwah lainnya, seperti metode ceramah. Metode tanya jawab ini sifatnya membantu kekurangan-kekurangan yang terdapat pada metode ceramah.

Informasi yang diperoleh dari masyarakat secara implicit mengkonfirmasi kebenaran bahwa komunikasi dakwah yang dilakukan oleh dai menggunakan metode persuasive. Kesimpulan ini didapat berdasarkan pernyataan informan berikut ini:

“ Dalam ceramahnya ustadz itu mengemukakan tentang pahala-pahala dan ganjaran kebaikan serta kewajiban salat berjamaah”⁵⁰

D. Hambatan yang Dihadapi Oleh Dai

Dalam upaya untuk membangun kesadaran salat berjamaah para karyawan HTI. PT.PLP, tidak jarang dai dihadapkan pada terganggunya usaha tersebut. Hambatan-hambatan tersebut terjadi pada saat komunikasi berlangsung. Secara spesifik, berdasarkan pada hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan yang berasal dari kalangan dai.

Dai mengakui bahwa hambatan sering mereka hadapi dalam usaha untuk membangun kesadaran salat berjamaah kebanyakan dari mad'u nya sendiri. Hambatan-hambatan tersebut seperti misalnya kemampuan mad'u dalam memahami isi materi. Hambatan yang juga di kalangan mad'u adalah bahwa sebagian besar mad'u tersebut jika dilihat dari segi pendidikannya dapat dikatakan belum begitu baik. Hal ini juga berimbas pada kurang tajamnya daya cerna mad'u terhadap materi komunikasi dai.

Selain itu juga beberapa sebab yang menjadi hambatan dai dapat terjadi dalam proses penyampaian pesan tersebut, misalnya: kebisingan yang terjadi, apa lagi dikalangan kau ibu bnyak yang membawa anak-anak, suara larian dan tangisan anak-anak tersebut sering terjadi dikala sedang dalam proses berjalannya proses penyampaian dakwah tersebut.

⁵⁰ Dedi Muliatno, Dai, “HTI.PT.PLP”, *Wawancara Pribadi*, 17 april 2017

Dari hasil wawancara yang dihadapi dai dalam penyampaian dakwahnya iyalah berupa hambatan psikologis. Umpamanya kalau pendengar sedang memikirkan tentang sesuatu yang lain, sehingga membuatnya sangat sukar memusatkan perhatian dan pikiran terhadap apa yang sedang dikatakan dai.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan analisis pada bab IV dapat disimpulkan sebagai berikut:

Materi komunikasi dakwah yang disampaikan oleh dai sudah relevan dengan tujuan dan usaha untuk membangun kesadaran pegawai HTI.PT.PLP untuk melaksanakan salat berjamaah. Dalam komunikasi dakwah yang dilakukan oleh dai di HTI.PT.PLP dai mengemukakan materi tentang definisi salat berjamaah, hukum salat berjamaah, dan salat-salat yang dianjurkan salat berjamaah.

Metode komunikasi yang dilakukan oleh dai dalam upaya untuk membangun kesadaran salat berjamaah adalah metode ceramah persuasive yang dibarengi dengan metode tanya jawab. Metode ini di pandang relevan dengan kondisi mad'u yang bersifat heterogen dari segi tingkat kemampuan memahami materi dakwah.

Hambatan yang dihadapi oleh substandial pada kategori ini adalah hambatan yang berasal dari kalangan mad'u. Hambatan ini berupa kurangnya heterogenitas mad'u jika di lihat dari segi usia, tingkat pemahaman dan pendidikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa materi komunikasi dakwah yang disampaikan oleh dai sudah relevan dengan tujuan dan usaha untuk membangun kesadaran salat berjamaah di HTI. PT.PLP.

B. Saran-Saran

Penelitian yang dilakukan di lingkungan HTI.PT.PLP, diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi semua kalangan yang mempunyai kepentingan dalam studi ini, dan juga kepada pihak yang mempunyai otoritas dalam berbagai bentuk pergerakan perkebunan dapat lebih melaksanakannya dengan syariat Islam secara utuh, disarankan:

1. Disarankan kepada pimpinan HTI. PLP agar kegiatan dakwah yang disampaikan oleh dai dapat terus berjalan menjadi lebih baik dan memberikan fasilitas media dakwah agar kegiatan dakwah lebih efektif.
2. Disarankan bagi para dai yang ada dilokasi penelitian secara khusus dan dai secara umum dalam berdakwah agar dapat diterima dan dakwahnya dapat mengenai sasaran dakwah, Sebagai bahan komperatif bagi para dai dalam menyusun strategi komunikasi yang tepat guna dalam mengembangkan ajaran Islam di tengah-tengah masyarakat yang berbeda –beda di berbagai hal.
3. Karyawan HTI.PT.PLP, diharapkan penelitian ini member kegunaan dalam upaya suksesi kegiatan membangun kesadaran salat berjamaah di Kelurahan Langga Payung Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan.
4. Disarankan bagi Peneliti berikutnya dapat diajdikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta referensi terhadap peneliti yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*

Abdullah Hanafi, 1984, *Memahami Komunikasi Antar Manusia*, Surabaya: Usaha Nasional

Abdullah, 201, *Ilmu Dakwah, Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*,
Bandung: Citapustaka Media

Anwar Arifin, 1988, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, Jakarta:, PT. Rajagrafindo

Asep Saeful Muhtadi, 2012, *Komunikasi Dakwah: Teori,Pendekatan dan Aplikasi*,
Bandung:
Remaja Rosdakarya

Asep Syamsul M. Romli, 2013, *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis* Bandung, Romelta

Deddy Mulyana, 2010, *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1998, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai
Pustaka

Faizah dan Lalu muchsin Effendi, 2009, *Psikologi Dakwah*. Jakarta :Kencana

Firdaus Wajdi Dan Saira Rahmadani, 2013, *Buku Pintar Shalat Wajib Dan Sunnah*, Jakarta:
Zaman

Hafi Anshari, 1993, *Pemahaman Dan Pengamalan Dakwah*, Surabaya: Al- Ikhlas

Imam Al-Mundziri, *Ringkasan Shahih Muslim*, Bandung: Jabal, 2013), cet.ke-2

Jalaluddin Rahmat, 1996, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya

M. Yunan Yusuf, 2009, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana

- Munzier Suprata dan Harjani Hefni, 2006, *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana
- Muriah, 2000, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka
- Onong Uchjana efendy, 2009, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Onong Uchjana Effendy, 2010, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Samur Munir Amin, 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah
- Sendjaja, D. S., 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Toto Tasmara, 1987, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Madia Pratama
- Totok Jumanoro, 2001 *Psikologi Dakwah*, Jawa Tengah: Amzah
- <http://www.bitebrands.co/2014/06/7-faktor-yang-mempengaruhi-efektivitas.html> pada 19 April 2017, pukul 23.00
- <https://www.google.co.id/search?q=Skema+Teknik+Analisis+Data+Matthew+B.+miles+dan+A.+Michael+Huberman>. Pada 20 april pukul 23.55

Pedoman Wawancara

Kepada Dai/ Ustadz

- a. Apa materi ceramah yang disampaikan?
- b. Bagaimana materi tersebut disampaikan
(metode)?
- c. Bagaimana respon mad'u (masyarakat) terhadap
materi yang disampaikan dengan metode yang dipakai?
- d. Bagaimana hasil yang telah diperoleh sekarang?
- e. Apa hambatan yang dirasakan pada saat
menyampaikan materi tersebut?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nam : Aprilia Nauli Harahap
 NIM : 11.13.3.040
 Tempat/Tgl Lahir : Lhokseumawe (Aceh Utara), 13 April 1994
 Agama : Islam
 Alamat : HTI. PT. PLP. L. Payung

Riwayat Pendidikan

Tahun 2001-2007: SD NEGERI NO. 112246 LANGGA PAYUNG.

Tahun 2007-2010: SMP NEGERI 1 SEI KANAN

Tahun 2010-2013: SMA SWASTA PANCA BUDI MEDAN

Tahun ajaran 2013 menjadi mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sumatera Utara.

Demikian daftar riwayat hidup ini saya perbuat dengan sebenarnya.

Medan, 27 April 2017

Aprilia Nauli Harahap
 NIM. 11.13.3.040