

No. Registrasi 21104000039502

Penelitian Pengembangan Pendidikan Tinggi



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**MEMBANGUN KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PERSPEKTIF
*ECO-CAMPUS***

**(Studi Kasus Pengembangan *Eco-Campus* UIN Sunan Ampel
Surabaya)**

Disusun Oleh :

Ketua Tim : Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M. Ag

Anggota : Dr. Pudji Rahmawati, M.Kes

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

DIREKTORAT PENDIDIKAN TINGGI ISLAM

DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ISLAM

KEMENTERIAN AGAMA RI

TAHUN 2021

Penelitian Pengembangan Pendidikan Tinggi



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**MEMBANGUN KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PERSPEKTIF
*ECO-CAMPUS***

**(studi Kasus Pengembangan *Eco-Campus* UIN Sunan Ampel
Surabaya)**

Disusun Oleh :

Ketua Tim : Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M. Ag.

Anggota : Dr. Pudji Rahmawati, M.Kes.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

DIREKTORAT PENDIDIKAN TINGGI ISLAM

DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ISLAM

KEMENTERIAN AGAMA RI

TAHUN 2021

**NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING
LAPORAN HASIL PENELITIAN**

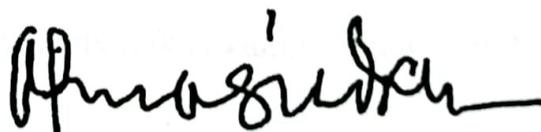
Setelah diadakan pembimbingan dan pengujian terhadap laporan hasil penelitian :

N a m a : Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M. Ag
NIP. : 196912041997032007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Kategori : Penelitian Pengembangan Pendidikan Tinggi
Judul : Membangun Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Eco
Campus (Studi Kasus Pengembangan Eco Campus UIN Sunan Ampel
Surabaya)

Bahwa laporan hasil penelitian tersebut di atas sudah sesuai dengan ketentuan Petunjuk Teknis Program Bantuan Penelitian, Publikasi Ilmiah, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2021.

Surabaya, 21 Oktober 2021

Reviewer/ Pembimbing



Prof. Dr. H. Ali Mas'ud, M. Ag., M. Pd. I
NIP. 196301231993031002

LEMBAR PENILAIAN LAPORAN PENELITIAN

Nama Peneliti : Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M. Ag
 Judul Penelitian : Membangun Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Eco
 Campus (Studi Kasus Pengembangan Eco Campus UIN Sunan Ampel Surabaya)

No.	Aspek Penilaian	Nilai (Skala 0-4)
1.	Kelengkapan Laporan : Halaman Judul, Daftar Isi, Kata Pengantar, Izin Penelitian, Pedoman Transliterasi, Nota Bimbingan dan Ujian, Daftar Isi, Abstrak dua Bahasa (Bahasa Inonesia dengan Bahasa Arab atau Bahasa Indonesia dengan Bahasa Inggris), Isi, Daftar Pustaka, dan Lampiran Lain	3,5
2.	Teknik Penulisan : Penggunaan Transliterasi, Numbering, Penggunaan Huruf Kapital, Cetak Miring/Tebal, Penulisan Catatan Kaki, Penggunaan Bahasa Indonesia yang Baik dan Benar	3
3.	Isi Laporan : a. Abstrak Berisi Penjelasan Singkat Mengenai Focus Penelitian, Metode yang digunakan dan Hasil/Temuan Penelitian dilengkapi dengan Kata Kunci. b. Isi Penelitian : Kesesuaian Rumusan Masalah, Landasan Teori/Kerangka Konseptual, Penyajian dan Analisis Data serta Kesimpulan. c. Draft Artikel untuk Jurnal berisi: Abstrak Dan Kata Kunci, Permasalahan, Metodologi, Paparan Data, Analisis Dan Hasil Penelitian, Khusus Penelitian Lanjutan disertai Temuan Teori. d. Dummi Buku (Bagi kluster yang mempersyaratkan)	3,5
Rata-rata		3,2

Rekomendasi Reviewer/Pembimbing

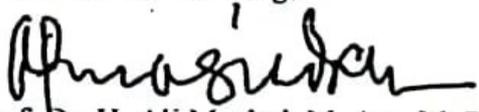
1. Luaran penelitian sesuai dengan ketentuan Ya Tidak
2. Blokir 30 % dana penelitian dapat dibuka Ya Tidak

Konversi Nilai :

- 0,00 – 1,50 : Tidak Layak
 1,51 – 2,50 : Cukup
 2,51 – 3,50 : Baik
 3,51 – 4,00 : Sangat Baik

Surabaya, 2021

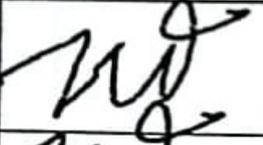
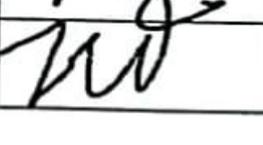
Reviewer/ Pembimbing,


 Prof. Dr. H. Ali Mas'ud, M. Ag., M. Pd. I
 NIP. 196301231993031002

JURNAL BIMBINGAN PENULISAN LAPORAN PENELITIAN

Nama Peneliti : Dr Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M. Ag.

Judul Penelitian : Membangun Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Eco
Campus (Studi Kasus Pengembangan Eco Campus UIN Sunan
Ampel Surabaya)

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	6 September 2021	Ruang lingkup penelitian diarahkan pada tingkat universitas karena terkait rencana ke depan Eco Campus yang tidak hanya menysasar level Fakultas tetapi universitas. Demikian juga pengelolaan pertamanan sekarang mendapat perhatian besar dari bagian sarana prasaran kampus pada setiap Fakultas.	
2	14 September 2021	Optimalkan penggalian data dan triangulasi dari berbagai aspek, misalnya dari perguruan tinggi yang sukses dalam program eco campus, melalui wawancara, observasi dokumentasi atau yang lainnya	
3	4 Oktober 2021	Arahkan penelitian ini sesuai dengan judul, yaitu pada aspek komunikasi dakwahnya, jangan terjebak pada eco campus saja.	
4	11 Oktober 2021	Definisi konsep dibuat lebih operasional, analisis data lebih mendalam	

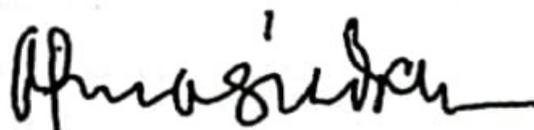
Catatan Pembimbing :

Penelitian ini dapat dikembangkan pada di tingkat Universitas karena menjadi nilai tambah bagi UINSA dalam rangka pengembangan kebijakan kampus yang ramah lingkungan yang berkelanjutan

Surabaya, 21 Oktober 2021

2021

Reviewer/ Pembimbing,



Prof. Dr. H. Ali Mas'ud, M. Ag., M. Pd. I

NIP.196301231993031002

ABSTRAK



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT. Atas segala kasih dan limpahan karuniaNya yang tak terhingga akhirnya laporan penelitian ini terselesaikan. Walaupun ini sebuah karya yang jauh dari kesempurnaan, namun proses penyelesaian yang mengiringinya adalah sebuah perjuangan cukup menyita pikiran, waktu dan tenaga. Karena penelitian ini adalah sebuah kebutuhan sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, maka semangat untuk melakukannya terus disematkan.

Penelitian Pengembangan Pendidikan Tinggi bantuan penelitian UIN Sunan Ampel Surabaya ini berusaha untuk memberikan sumbangsih positif bagi pengayaan produk penelitian di lembaga, dan juga menjadi karya produktif penulis sebagai dosen dalam pemenuhan tuntutan profesional di bidang penelitian yang harus ada dalam setiap semesternya. peneliti berharap produk yang dihasilkan dapat memberikan manfaat.

Dalam pengantar ini izinkan kami mengucapkan terimakasih tak terhingga kepada pihak yang memberikan ruang, waktu, dan seluruh sumberdaya sehingga naskah akademik ini terwujud, khususnya kepada:

1. Prof. Masdar Hilmy, S.Ag., MA, Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya atas perkenannya memberikan kesempatan kami untuk melanjutkan studi pada lembaga yang dipimpinnya.
2. Prof. Dr. H. Sahid HM, M.Ag., M.H., sebagai Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang terus memotivasi kegiatan pengabdian termasuk penelitian ini yang dapat mendorong kualitas pengabdian kepada masyarakat khususnya KKN.

3. Dr. phil. Khoirun Niam. yang mensupport terutama pendanaan penelitian melalui prosedur yang berlaku. sekaligus memberikan bimbingan dalam penyelesaian laporan penelitian ini secara optimal.
4. Semua staf LP2M yang turut membantu secara administrasi penelitian ini
5. Segenap responden yang turut aktif membantu dan memberikan data-data pendukung sehingga terselesaikannya laporan ini

Semoga Allah SWT membalas semua jasa mereka dan memberkahi semua usaha kita.

Surabaya, 16 Oktober 2021

Tim Penulis

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR	Error! Bookmark not defined.
SAMPUL DALAM.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Penelitian Terdahulu.....	4
E. Kontribusi dan Signifikansi Penelitian.....	7
F. Konsep Teori.....	8
G. Metodologi Penelitian.....	13
H. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II.....	19

KAJIAN PUSTAKA	19
A. Mengenal Komunikasi Dakwah	19
B. Dakwah Sebagai Proses Komunikasi	62
C. Efektivitas Komunikasi Dakwah.....	66
BAB III.....	102
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	102
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	102
B. Kondisi Eksisting Eco-Campus UIN Sunan Ampel Surabaya	107
C. Deskripsi Data Penelitian	112
BAB IV	121
PEMBAHASAN	121
A. Temuan Penelitian.....	121
B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori	124
BAB V.....	132
PENUTUP	132
A. Simpulan.....	132
B. Rekomendasi.....	132
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN	134

DAFTAR TABEL



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Definisi kata komunikasi berasal dari bahasa latin *comunicatio* yang berarti sama, maksudnya orang yang menyampaikan dan yang menerima pesan mempunyai persepsi yang sama terhadap apa yang disampaikan¹. Adapun pengertian secara istilah komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu².

Dari definisi komunikasi pada paragraf tersebut di atas, terdapat beberapa komponen yang harus dipenuhi dan merupakan persyaratan sehingga tindakan tersebut dapat dinyatakan sebagai proses komunikasi. Dalam bahasa komunikasi, komponen atau unsur-unsur tersebut adalah komunikator, pesan, komunikan, media dan dampak.

Sedangkan definisi dakwah pada hakekatnya merupan segala aktifitas dan kegiatan yang mengajak orang untuk berubah dari eksistensi situasi dan kondisi yang nilai kehidupan yang bukan Islami kepada nilai kehidupan yang Islami. Aktifitas dan kegiatan itu dilakukan dengan mengajak, mendorong, menyeru, tanpa tekanan, paksaan dan provokasi. Dakwah diartikan sebagai ajakan yang tujuannya dapat tercapai hanya dengan persetujuan tanpa paksaan dari obyek dakwah³

¹ Djamalul Abidin, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah* (Jakarta: Gema Insani Press, 2016), 16.

² Onong Uchyana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 10.

³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 31-32.

Proses dakwah merupakan aktifitas sosial yang dalam prakteknya selalu melibatkan banyak pihak atau terjadi dalam komunitas masyarakat. Struktur sosial masyarakat modern mengenal model organisasi yang berfungsi mengatur kepentingan dalam suatu kelompok masyarakat. Dalam organisasi ada pemimpin, manajemen dan yang dipimpin. Pada tiap dan antara struktur organisasi tersebut menuntut adanya komunikasi yang sifatnya timbal balik, untuk itu diperlukan adanya kerja sama yang diharapkan untuk mencapai cita-cita, baik cita-cita pribadi, maupun komunitas, sehingga tercapainya tujuan organisasi tersebut.

Dari penjelasan definisi komunikasi dan dakwah di atas dapat disimpulkan yang dimaksud dengan komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang terstruktur dimana seorang komunikator menyampaikan pesan sehingga di dalamnya sesuai dengan ajaran Islam yang bersumber dari al Qur'an dan hadits, hal tersebut bertujuan agar *mad'u* atau komunikan dapat berbuat dan berubah menuju arah yang lebih baik.

Kata Eco berasal dari bahasa latin *oikos* yang berarti rumah, lingkungan atau alam. Sedangkan menurut Badan Lingkungan Hidup (BLH) Surabaya (2011), *Eco-Campus* adalah kampus yang telah peduli dan berbudaya lingkungan dan telah melakukan pengelolaan lingkungan secara sistematis dan berkesinambungan. Jadi secara lugas, *Eco-Campus* dapat dipahami bahwa kampus menjadi rumah di mana seluruh komponen di dalamnya turut menjaga rumah tersebut agar menjadi nyaman dan lestari, serta dapat memberikan manfaat bagi kehidupan civitas akademika di dalamnya.

Sebagai prestasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2018 meraih Juara 3 dalam lomba *Eco-Campus* yang diadakan Dinas Lingkungan Hidup Pemerintah Kota Surabaya. Penilaian Lomba *Eco-Campus* tersebut dilakukan pada tanggal 24 April 2018, sedangkan penganugerahan peringkat I, II, dan III dilakukan pada tanggal 27 April 2018 di Gedung PKK Jl. Tambaksari No.11 A Surabaya. Apresiasi semangat *Eco-Campus* yang kemudian berbuah manis tersebut sangatlah berkesan, akan tetapi sayangnya untuk tahun 2019, prestasi tersebut belum bisa dipertahankan.

Dengan latar belakang tersebut di atas, dan dengan melihat peluang yang ada, peneliti mengangkat judul “Membangun Komunikasi Dakwah Dalam Perspektif *Eco-Campus* (Studi Kasus Pengembangan *Eco-Campus* UIN Sunan Ampel Surabaya)”. Melalui penelitian ini diharapkan terwujudnya dokumen usulan yang komperhensif dalam rangka membangun komitmen perspektif *Eco-Campus* dilingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam proposal penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola komunikasi antara Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam perspektif *Eco-Campus*?
2. Bagaimana membangun komitmen perspektif *Eco-Campus* pada Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya melalui kajian komunikasi dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar rumusan masalah di atas, tujuan dari proposal penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pola komunikasi antara Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam perspektif *Eco-Campus*.
2. Tersedianya dokumen komitmen perspektif *Eco-Campus* pada Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya melalui kajian komunikasi dakwah.

D. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pada kajian penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi dakwah dapat memotret kondisi sebuah relasi dengan baik. Pada penelitian yang dilakukan oleh Qulub dkk (2014) dengan judul “Pola Komunikasi Antara Tokoh Agama dengan Remaja Masjid Al-Mihrob dalam Perspektif Komunikasi Dakwah” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dalam arti bahwa data-data yang terkumpul berupa kata-kata bukan berupa angka. Dalam penelitian tersebut peneliti menjadi partisipan dalam penelitian. Jenis pendekatan yang peneliti gunakan adalah pendekatan fenomenologis. Yaitu berusaha memahami arti peristiwa dan kaitankaitannya dengan orang-orang dalam situasi tertentu. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pola komunikasi dakwah antara tokoh agama dengan remaja masjid jika dilihat dari unsur-unsur komunikasi sudah terpenuhi, meliputi komunikator, pesan, media, komunikan dan efek. Namun terdapat kekurangan yang kurang diperhatikan yaitu tentang cara komunikator dalam menyampaikan pesan atau

gagasannya. Akibatnya muncul ketidakcocokan antara kedua kelompok tersebut yang diwujudkan dalam bentuk pertentangan di setiap forum rapat.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Beri dkk (2016) dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah PWNU Provinsi Sumatera Selatan (Study Pada PWNU Provinsi Sumatera Selatan)” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dimana peneliti sendiri menjadi partisipan dalam penelitian. Jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan fenomenologis melalui pengumpulan data secara observasi, wawancara, dan metode dokumentasi. Hasil penelitian mengungkapkan deskripsi realita di lapangan bahwa berdasarkan indikator-indikator penilaian yang ada maka, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Dakwah PWNU Provinsi Sumatera Selatan yaitu: dengan memperkuat komunikasi dakwah secara Struktural dan kultural.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hayati, dkk (2015) dengan judul “ ‘GREEN CAMPUS’ UNS SOLO (Studi Deskriptif tentang Sosialisasi Program “Green Campus” di Universitas Sebelas Maret Surakarta 2013-2014)” yang menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumen. Sumber data dipilih berdasarkan teknik purposive sampling, informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepala Kantor Pusat Penelitian Lingkungan Hidup (PPLH) UNS, Ketua Program Green Campus UNS, dosen UNS, staf pendidikan UNS, dan mahasiswa UNS. Sedangkan teknik analisis data menggunakan model interaktif yang terdiri dari tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tim *Eco-Campus* UNS memiliki peran penting dalam sosialisasi

program. Hasil analisis berdasarkan tindakan, usaha dan kampanye program *Eco-Campus* yang dilakukan oleh Tim Green Campus UNS sebagai *Communicator, Relationship, Back-up management* dan *Image maker* dalam sosialisasi program *Eco-Campus* di Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan, dkk (2016) dengan judul “Rancang Bangun Sistem Informasi Kampus Hijau Berbasis Web Pada JSN (Jaringan Sensor Nirkabel)” mengungkapkan bahwa dengan digunakannya metode smart garden dapat menunjang terwujudnya *Eco-Campus* yang lebih baik dengan kemampuan otomasi dan kemampuan *realtime* data. Pemantauan lingkungan berbasis teknologi dapat membantu civitas akademika yang peduli akan lingkungan untuk memantau area taman/ wilayah Ruang Terbuka Hijau (RTH) kampus. Sistem Informasi *Eco-Campus* dibangun dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan sistem basis data MySQL. Metode perangkat lunak yang digunakan adalah *waterfall* yang terdiri dari analisis kebutuhan, desain, pengkodean, pengujian dan pemeliharaan. Pengujian fungsional yang dilakukan menggunakan metode *blackbox*. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah terciptanya sistem informasi yang dapat menyajikan data lingkungan yang dihasilkan oleh sensor pendeteksi secara *realtime*.

Dari penelitian-penelitian tersebut dapat diketahui bahwa dengan adanya komunikasi dakwah yang baik pada tataran komunikator dengan komunikan mampu menjadikan suatu program kebijakan dan atau tata organisasi yang lebih baik dan berkelanjutan dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan. Melalui penerapan *Eco-Campus*, proses berlangsungnya

program kampus yang hijau dan nyaman sebagai tempat belajar dapat berjalan dengan lebih efisien dan sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang akan menghasilkan data kualitatif yang menggambarkan bagaimana kondisi sebenarnya komunikasi dakwah di lingkungan civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam kaitannya program *Eco-Campus*. Selain itu penelitian ini juga berusaha merumuskan suatu dokumen rekomendasi sehingga program *Eco-Campus* dapat dikelola lebih baik lagi sehingga prestasi-prestasi yang dulu pernah diraih minimal dapat kembali dicapai dan tentu saja harapan untuk menjadi lebih baik lagi.

E. Kontribusi dan Signifikansi Penelitian

Kontribusi hasil penelitian ini terutama pada hal-hal sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini memberikan deskripsi terhadap pola komunikasi antara Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam perspektif *Eco-Campus*.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian terhadap model dan penerapan *Eco-Campus* pada perguruan tinggi pada umumnya, dan khususnya pada Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) di bawah kementerian Agama.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pemangku kebijakan atau unit perputakaan dalam membangun komitmen perspektif *Eco-Campus* pada Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya melalui kajian komunikasi dakwah.

F. Konsep Teori

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Secara etimologi, kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communication* dengan kata dasar *communis* yang berarti sama, kesamaan makna (*commonness*). Komunikasi dimaksudkan untuk membentuk kesamaan makna atau persepsi. Komunikasi terjadi agar komunikator dan komunikan mempunyai persepsi yang sama tentang apa yang disampaikan.

Sedangkan secara istilah komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari seseorang (atau lembaga) kepada orang lain (atau sekelompok orang) baik secara langsung (tatap muka) atau melalui media seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio atau televisi⁴. Dalam pengertian lain, komunikasi memiliki definisi sebagai proses saling berbagi atau menggunakan informasi secara bersama dan pertalian antara para peserta dalam proses informasi⁵.

Setiap proses interaksi sosial antar individu atau lembaga, tindakan komunikasi biasanya melibatkan dua belah pihak yang saling berhubungan antara satu dan lainnya. Sifat ilmu membedakan bentuk realitas fakta dari bentuk interaksi biasa dan analisis ilmiah. Tindakan komunikasi yang dimaksud dalam istilah tersebut merupakan tindakan yang dilihat dalam kerangka analisa ilmiah berdasarkan disiplin ilmu komunikasi.

⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013).

⁵ RR. Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018).

Komunikasi mempunyai tujuan tertentu; ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau media, baik media massa seperti surat kabar, radio, televisi, maupun non media massa, seperti, surat telepon, sepanduk, poster dan sebagainya⁶.

2. Unsur-unsur Komunikasi

Ada sejumlah komponen atau unsur yang terdapat dalam proses komunikasi. Unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

1. Komunikator

Komunikator dapat berupa individu yang sedang bicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi, seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan sebagainya⁷.

2. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi adalah suatu informasi yang akan dipikirkan kepada si penerima.

3. Media

Media adalah saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima.

4. Komunikan

Komunikan atau penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber atau komunikator. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih bisa berbentuk kelompok, partai, negara⁸.

5. Efek

⁶ Onong Uchyana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990).

⁷ Rayudaswati Budi, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Makassar: Kretakupa, 2010).

⁸ Muhammad Takari, "Memahami Ilmu Komunikasi," t.t., 15.

Efek atau hasil akhir dari suatu komunikasi yakni sikap atau tingkah laku orang, sesuai atau tidak dengan yang kita inginkan⁹.

3. Model dan Pola Komunikasi

Model komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, kelompok orang atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar¹⁰.

Pola dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti sistem atau tata kerja. Adapun istilah sistem secara umum adalah suatu susunan yang terdiri atas pilihan berdasarkan fungsinya, individu-individu yang mendukung membentuk kesatuan utuh. Tiap individu dalam sistem saling bergantung dan saling menentukan.

Dari pengertian tersebut, dapat diartikan bahwa pola komunikasi adalah suatu sistem penyampaian pesan melalui lambang (symbol) tertentu, yang mengandung arti, serta sistem penciptaan makna untuk mengubah tingkah laku individu yang lain. Penggunaan pola komunikasi mempengaruhi efektivitas proses komunikasi.

Teori tentang pola komunikasi secara jelas belum pernah menjadi kajian oleh para ilmuwan, akan tetapi model komunikasi identik dengan model komunikasi sebagai deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk komunikasi. Artinya model komunikasi muncul sebagai bagian dari adanya interaksi komunikasi yang dilakukan individu maupun kelompok¹¹.

⁹ Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*.

¹⁰ Sam Abede Pareno, *Kuliah Komunikasi* (Surabaya: Papyrus, 2002).

¹¹ Pareno.

Berdasarkan situasi, maka komunikasi diklasifikasikan menjadi beberapa bentuk:

1. Komunikasi sebagai sebuah proses

Komunikasi sebagai suatu proses, dapat dibagi menjadi dua bentuk:

a. Komunikasi Langsung

Komunikasi langsung adalah komunikasi tanpa menggunakan suatu alat perantara tehnik yang tercetak ataupun berbentuk alat elektronika.

b. Komunikasi Tidak Langsung

Komunikasi tidak langsung adalah orang yang berkomunikasi menggunakan alat atau sarana sebagai media dan mekanisme untuk melipat gandakan jumlah penerima pesan (sasaran)¹².

2. Komunikasi dilihat dari arah pesan

Berdasarkan arahnya pesan, ada dua bentuk komunikasi yaitu:

a. Komunikasi Satu Arah

Komunikasi satu arah yaitu suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

b. Komunikasi Timbal Balik

Pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, kemudian komunikan setelah menerima pesan tadi memberikan umpan balik (*feedback*) kepada komunikator.

3. Komunikasi dilihat dari sifatnya

Berdasarkan sifatnya ada 3 bentuk komunikasi:

¹² Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*.

a. Komunikasi Personal

Komunikator berkomunikasi dengan seorang atau sekelompok komunikan dengan efek dan umpan balik langsung.

b. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang.

c. Komunikasi Massa

Komunikasi *massa* merupakan proses penyampaian pesan dari suatu sumber kepada khalayak yang berjumlah besar, dengan menggunakan saluran media massa.

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologi, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a-yad'u-da'watan*, artinya mengajak, menyeru, memanggil¹³.

Sedangkan secara terminologi dakwah adalah satu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya satu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan¹⁴.

¹³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2008).

¹⁴ Arifin Anwar, *Dakwah Kontemporer; Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).

Menurut Moh. Ali Aziz, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, yaitu keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat. Unsur-unsur yang harus terpenuhi dalam kerangka dakwah antara lain:

- a. Subyek Dakwah
- b. Metode Dakwah
- c. Media Dakwah
- d. Materi Dakwah
- e. Obyek Dakwah (*mad'u, communicant, audience*)
- f. Efek Dakwah (*atsar*)¹⁵

C. *Eco-Campus*

Eco-Campus atau *green campus* didefinisikan sebagai kampus yang berwawasan lingkungan, yaitu yang mengintegrasikan ilmu pengetahuan lingkungan ke dalam kebijakan, manajemen dan kegiatan tridharma perguruan tinggi. *Eco-Campus* didesain untuk menghasilkan pemimpin bangsa, politikus, pengusaha, petani, atau penduduk bumi lainnya yang menghargai lingkungan. *Eco-Campus* juga harus menjadi contoh implementasi pengintegrasian ilmu lingkungan dalam semua aspek manajemen dan best practices pembangunan berkelanjutan.

G. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang

¹⁵ Aziz, *Ilmu Dakwah*.

dan perilaku yang dapat diamati¹⁶. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, dalam arti bahwa data-data yang terkumpul berupa kata-kata bukan berupa angka¹⁷. Penelitian kualitatif dalam kaitannya dengan teori, kalau dalam penelitian kuantitatif itu bersifat menguji hipotesis atau teori. Penelitian disini peneliti sendiri menjadi partisipan dalam penelitian.

Jenis pendekatan yang peneliti gunakan adalah pendekatan fenomenologis. Yaitu berusaha memahami arti peristiwa dan kaitankaitannya dengan orang-orang dalam situasi tertentu. Pendekatan fenomenologis menekankan aspek subyektif dari perilaku orang¹⁸.

1. Sumber dan Jenis Data

Sumber-sumber data yang digunakan oleh peneliti dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data atau informasi kepada peneliti, data primer ini berupa hasil wawancara dengan informan yang sedang dijadikan sample dalam penelitian. Data yang dapat direkam atau dicatat oleh peneliti¹⁹. Adapun sumber data

¹⁶ Bruce L. Berg dan Howard Lune, *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*, Ninth edition, Books a La Carte (Boston: Pearson, 2017); R Bodgan dan Sari Knopp Bicklen, *Qualitative Research in Education* (Buston: Allyn & Bacon, 1982).

¹⁷ Peter C. Taylor dan John Wallace, ed., *Contemporary Qualitative Research: Exemplars for Science and Mathematics Educators*, Science & Technology Education Library 33 (Dordrecht: Springer, 2007).

¹⁸ Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015); Jhon W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset. Memilih di antara lima pendekatan*, Terj. Ahmad Lintang Lazuardi (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013).

¹⁹ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015); Nana Syaodih, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2019).

primer dalam penelitian ini adalah civitas akademika FDK UINSA dari unsur pimpinan, dosen, pegawai, dan mahasiswa.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung dari subjek penelitian²⁰. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku-buku maupun sumber literatur lainnya yang berkaitan dengan kajian penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Setelah mentukan sumber data, langkah selanjutnya adalah pengumpulan data. Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu:

a. Metode Observasi

Yaitu sebuah cara menghimpun bahan-bahan keterangan (data), yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomene-fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan²¹. Metode ini dilakukan peneliti dengan cara melihat atau mengamati secara langsung kondisi lapangan serta bagaimana keadaan aktifitas civitas akademika FDK UINSA dalam kerangka *Eco-Campus* melalui penerapan *smart garden*

b. Metode *interview* (wawancara)

Yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab lisan secara langsung berhadapan muka dan dengan arah serta tujuan yang

²⁰ Carl F. Auerbach dan Louise B. Silverstein, *Qualitative Data: An Introduction to Coding and Analysis*, Qualitative Studies in Psychology (New York: New York University Press, 2003).

²¹ Auerbach dan Silverstein.

telah ditentukan²². Wawancara dilakukan dengan civitas akademika FDK UINSA dari unsur pimpinan, dosen, pegawai, dan mahasiswa.

c. Metode dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia. Dokumen sebagai metode pengumpulan data adalah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa atau menyajikan akunting²³. Metode ini dilakukan dengan melihat dokumen-dokumen resmi seperti monografi, catatan-catatan serta bukubuku peraturan yang ada. Data dokumen ini berupa tulisan ataupun catatan-catatan diagram dan lainnya yang ada kaitannya dengan data yang dibutuhkan.

3. Metode Analisis Data

Setelah semua data terkumpul maka dilakukan analisis dengan menggunakan analisis data, analisis ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktifitas dalam analisis data ini yaitu dengan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting untuk dicari tema dan polanya (*data reduction*), kemudian data disajikan dalam sebuah pola yang sesuai dengan kajian (*data display*), dan setelah itu ditarik sebuah kesimpulan yang menghasilkan sebuah deskripsi suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap menjadi jelas (*conclusion drawing*)²⁴.

²² Irving Seidman, *Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and the Social Sciences*, 3rd ed (New York: Teachers College Press, 2006).

²³ Sugiyono Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015).

²⁴ Cynthia A. Lietz dan Luis E. Zayas, "Evaluating Qualitative Research for Social Work Practitioners," *Advances in Social Work* 11, no. 2 (28 September 2010): 188–202,

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan penelitian ini secara garis besar terdiri dari lima bab. Dengan uraian sebagai berikut:

Bab I, pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II, berisi deskripsi teoritis tentang komunikasi dakwah dan *Eco-Campus*. Pertama komunikasi dakwah, tentang komunikasi meliputi pengertian komunikasi, unsur-unsur komunikasi, model dan pola komunikasi, fungsi komunikasi dan faktor penghambat komunikasi. Kemudian tentang dakwah meliputi pengertian dan unsur-unsur dakwah. Kedua tentang *Eco-Campus*.

Bab III berisi pola komunikasi antara civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam melihat potensi *Eco-Campus*. pertama tentang profil civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, kedua tentang sosial-kultur komunikasi civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, ketiga tentang pola komunikasi civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam melihat peran penting *Eco-Campus*.

Bab IV, berisi analisis pola komunikasi civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya. Dalam bab ini terdiri dari dua sub bab, yaitu analisis pola komunikasi antara tokoh civitas UIN Sunan Ampel Surabaya dan analisis pola komunikasi untuk membangun komitmen dan usulan progresif perspektif *Eco-Campus* melalui kajian komunikasi dakwah.

<https://doi.org/10.18060/589>; Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2 Januari 2019): 81, <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.

Bab V, penutup yang meliputi kesimpulan, saran-saran dan penutup.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Mengenal Komunikasi Dakwah

1. Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris ‘*communication*’ berasal dari istilah Latin ‘*communicatio*’, bersumber dari ‘*communis*’ yang berarti ‘sama’. Sama disini adalah dalam pengertian “sama makna”. Komunikasi minimal harus memiliki kesamaan makna antara kedua belah pihak yang terlibat. Dikatakan ‘minimal’ karena kegiatan itu tidak bersifat “informatif” saja, yakni agar orang mengerti dan tahu, tetapi juga “persuasif”, yaitu agar orang bersedia dan menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu kegiatan, dan lain-lain²⁵.

Secara sederhana komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Dalam pelaksanaannya komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung) maupun secara sekunder (tidak langsung).

Sebuah komunikasi harus memenuhi syarat-syarat tertentu yang terdiri dari 3 unsur yaitu²⁶:

- a. Sumber (*Source*)
- b. Isi pesan (*Message*)

²⁵ Budi, *Pengantar Ilmu Komunikasi*.

²⁶ Tuti Bahfiarti, *Buku Ajar Dasar-Dasar Teori Komunikasi* (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2012).

c. Tujuan (*Destination*)

Sumber yang dimaksudkan di sini adalah seseorang yang mengambil inisiatif pertama untuk berkomunikasi sedang pesan (*message*) adalah idea-idea atau gagasan atau buah fikiran yang disampaikan oleh Sumber kepada orang lain dengan tujuan agar orang lain bertindak sama sesuai harapan yang dituangkan dalam pesan tersebut.

Berbicara mengenai komunikasi berarti kita pun akan berbicara mengenai bahasa. Hal ini dikarenakan komunikasi dan bahasa merupakan satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan (bersifat komplementer). Sejarah telah mencatat bahwa tak ada satu bangsa pun yang tidak mempunyai bahasa sebagai alat komunikasi efektif dalam proses sosial madaninya. Sebagaimana kita ketahui bersama, bahwa bahasa adalah salah satu hasil kebudayaan manusia dalam peradabannya. Koentjaraningrat (dalam Canggara) mengatakan bahwa bahasa merupakan salah satu unsur terpenting dalam peradaban manusia, sebab hakikatnya manusia secara simbolik menggunakan bahasa sebagai simbol komunikasi dalam bertukar pikiran, perasaan, dan pengalaman)²⁷. Selain itu, terwujudnya komunikasi efektif tergantung pada kemampuan manusia dalam menggunakan bahasa sebagai simbol dalam berkomunikasi, sehingga kita bisa mengambil makna dari apa yang kita lafalkan. Diperlukan kecakapan khusus agar kita bisa berkomunikasi secara efektif dan efisien. Karena apabila kita berbicara mengenai komunikasi efektif dan efisien berarti kita berbicara mengenai optimalisasi waktu dan biaya dalam usaha pertukaran informasi, sehingga informasi yang kita

²⁷ Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Press, 2014).

sampaikan ataupun yang kita terima tepat sesuai sasaran dan memberikan pemahaman makna yang mendalam²⁸.

Komunikasi efektif berarti bahwa maksud dan tujuan yang terkandung dalam komunikasi disampaikan dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat dapat dimengerti sepenuhnya oleh penerima, harus ada suatu ketetapan pikiran oleh kedua pihak.

Untuk memahami komunikasi secara penuh, perlu memahami prinsip-prinsip yang terkandung dalam komunikasi. Prinsip-prinsip tersebut biasa juga disebut dengan “karakteristik-karakteristik komunikasi/asumsi asumsi komunikasi”. Adapun prinsip-prinsip komunikasi sebagaimana yang diungkapkan oleh Dedy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar secara ringkas adalah sebagai berikut²⁹.”

a. Komunikasi adalah suatu proses simbolik

Prinsip pertama ini didasarkan pada asumsi yang diungkapkan oleh Susanne K. Langer, yang mengungkapkan bahwa salah satu kebutuhan pokok manusia adalah merupakan kebutuhan simbolis atau penggunaan lambang. Karena manusia adalah satu-satunya hewan yang menggunakan lambang atau disebut dengan *animal symbolicum*. Lambang atau simbol itu adalah suatu yang digunakan untuk merujuk suatu lainnya, berdasarkan kesepakatan suatu kelompok orang. Dan lambang ini meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama. Boleh dibilang bahwa lambang ini adalah suatu kategori tanda. Sedangkan hubungan antara tanda dan objek dapat dipresentasikan.

²⁸ Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*.

²⁹ Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.

b. Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi

Ada istilah yang sangat familier dalam dunia komunikasi yaitu *We cannot not communication*, “Kita tidak dapat tidak berkomunikasi”. Hal tersebut, tidak berarti semua perilaku yang kita lakukan adalah komunikasi. Betapa tidak, komunikasi terjadi jika seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Jadi semua perilaku kita memiliki potensi komunikasi, baik dari segi ekspresi muka, bahasa tubuh, terlebih pengucapan baik secara verbal maupun nonverbal.

c. Komunikasi memiliki dimensi isi dan dan dimensi hubungan

Dalam prinsip ini, dimensi isi disandikan secara verbal, sementara dimensi hubungan sandi diakumulasikan secara nonverbal. Dimensi muatan lisan komunikasi, yaitu “apa yang dikatakan”. Sedangkan dimensi hubungan, menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi tersebut, dan bagaimana seharusnya pesan tersebut dapat ditafsirkan. Karena bagaimanapun juga, tidak semua orang menyadari bahwa pesan yang sama akan ditafsirkan berbeda, jika disampaikan dengan cara yang berbeda pula.

Dalam komunikasi massa, dimensi isi merujuk pada isi pesan itu sendiri. Sedangkan dimensi hubungan, merujuk pada unsur-unsur lain, termasuk di dalamnya jenis saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Dalam hal ini, dapat dilukiskan bahwa pengaruh suatu berita atau artikel dalam surat kabar bukan hanya bergantung pada isinya, akan tetapi juga pada siapa penulisnya, tata letaknya, jenis huruf yang

digunakan, warna tulisan, dan sebagainya. Pengaruh pesan tersebut juga akan berbeda jika disajikan dalam media yang berbeda pula³⁰.

d. Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan

Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesengajaan, dari komunikasi yang tidak sengaja sama sekali (ketika Anda melamun sementara orang memperhatikan Anda) sehingga komunikasi yang benar-benar direncanakan akan disadari (ketika Anda akan menyampaikan suatu pidato), Unsur kesengajaan bukanlah syarat untuk terjadinya komunikasi. Meskipun kita sama sekali tidak bermaksud menyampaikan pesan kepada orang lain, perilaku kita potensial untuk ditafsirkan orang lain. Kita tidak dapat mengendalikan orang lain untuk menafsirkan atau tidak menafsirkan perilaku kita.

Jika niat atau kesengajaan bukanlah syarat mutlak bagi seseorang untuk berkomunikasi. Bahkan kadang-kadang komunikasi yang tidak disengaja dibuat tampak disengaja. Dalam komunikasi antara orang-orang yang berbeda budaya ketidaksengajaan berkomunikasi ini lebih relevan lagi untuk kita perhatikan. Banyak kesalahpahaman antarbudaya sebenarnya disebabkan oleh perilaku seseorang yang tidak sengaja dipersepsi, ditafsirkan, dan direspons oleh orang dari budaya lain.

e. Komunikasi berlangsung dalam konteks ruang dan waktu

Makna pesan juga bergantung pada konteks fisik atau ruang, waktu sosial dan psikologis. Waktu mempengaruhi makna terhadap pesan.

³⁰ Yuli Nugraheni, *Komunikasi dan Isu Publik* (Yogyakarta: Buku Litera, 2015).

Sebagai contoh, dering telepon pada tengah malam atau dini hari akan mempersepsikan lain jika dibandingkan dering telepon pada siang hari.

Kehadiran orang lain dalam konteks sosial juga akan mempengaruhi orang-orang yang berkomunikasi. Dua orang yang sedang mengalami masalah konflik internal, akan merasa sangat canggung jika tidak ada orang lain di antara mereka. Namun, hubungan mereka akan sedikit mencair jika ada seseorang di antara mereka. Bahkan akan sedikit menyapa walau hanya ke-pura-puraan untuk menutupi konflik di antara mereka. Dalam hal ini, pengaruh konteks waktu dan konteks sosial akan menyatu pada suatu keluarga yang tidak pernah tersenyum atau tidak menyapa siapa pun pada hari-hari biasa, tiba-tiba menjadi ramah pada hari lebaran

Suasana psikologis tidak pelak mempengaruhi suasana komunikasi. Perhatikan iklan sebuah merek teh dalam televisi. Iklan tersebut sangat menggambarkan bagaimana komunikasi itu sangat mempengaruhi dalam konteks ruang dan waktu. Komentar seorang istri tentang rusaknya keran air di dapur dan bocornya genteng, akan ditanggapi oleh suaminya dengan nada biasa saja dalam keadaan santai. Akan tetapi akan terjadi sebaliknya, mungkin akan ditanggapi dengan amarah jika dilontarkan oleh sang istri pada saat suami baru pulang kerja atau habis dimarahi atasannya di kantor.

f. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi

Komunikasi akan terikat oleh aturan dan tata krama. Orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang akan menerima pesan atau respons. Dan prediksi itu tidak disadari dan bahkan

cenderung berlangsung cepat. Kita tidak dapat memprediksikan perilaku komunikasi orang lain berdasarkan peran sosialnya. Prinsip ini mengasumsikan bahwa hingga derajat tertentu ada keteraturan pada perilaku komunikasi manusia. Dengan kata lain, perilaku manusia, minimal secara parsial, dapat diramalkan³¹.

g. Komunikasi itu bersifat sistemik

Komunikasi itu mengandung dua sistem yaitu sistem internal dan sistem eksternal. Sistem internal biasa disebut dengan kerangka rujukan (*frame of reference*), bidang pengalaman (*field of experience*), struktur kognitif (*cognitive structure*), pola pikir (*thinking patterns*), keadaan internal (*internal states*), dan sikap (*attitude*). Sistem internal merupakan seluruh sistem yang dibawa oleh seorang individu ketika ia berpartisipasi dalam komunikasi, yang ia serap selama sosialisasinya dalam berbagai lingkungan sosial (keluarga, masyarakat setempat, kelompok suku, kelompok agama, lembaga pendidikan, kelompok sebaya, tempat kerja, dan sebagainya). Pendeknya, sistem internal ini mengandung semua unsur yang membentuk individu secara unik, termasuk ciri-ciri kepribadiannya, intelegensia, pendidikan, pengetahuan, agama, bahasa, motif keinginan, cita-cita, dan semua pengalaman masa lalunya yang pada dasarnya tersembunyi³².

Sedangkan sistem internal, terdiri dari unsur-unsur dalam lingkungan luar individu, termasuk di dalamnya kata-kata yang dipilih

³¹ Takari, "Memahami Ilmu Komunikasi."

³² Deddy Mulyana, *Komunikasi Populer, Kajian Komunikasi dan Budaya* (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2014).

dalam berkomunikasi, isyarat fisik peserta komunikasi, kegaduhan di sekitarnya, penataan ruangan cahaya dan temperatur ruangan. Maka, dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi dalam tataran adalah produk dari perpaduan antara sistem internal dan sistem eksternal tersebut. Lingkungan dan objek mempengaruhi komunikasi, tetapi persepsi atas lingkungan juga mempengaruhi cara berperilaku³³.

h. Semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektif komunikasi

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang berkomunikasi). Kesamaan dalam hal-hal tertentu semisal dalam agama, ras, suku, tingkat pendidikan, bahasa, tingkat ekonomi, dan lain sebagainya akan mendorong orang-orang saling tertarik dan pada gilirannya karena kesamaan tersebutlah komunikasi mereka akan menjadi lebih efektif. Sebagai contoh, kesamaan bahasa akan membuat orang-orang yang berkomunikasi lebih mudah mencapai pengertian bersama, dibandingkan dengan orang-orang yang tidak berbicara atau memahami bahasa yang sama.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

i. Komunikasi bersifat nonsekuensial

Pada hakikatnya, komunikasi manusia dalam bentuk dasarnya (komunikasi tatap muka) bersifat dua arah. Beberapa pakar komunikasi mengakui sifat sirkuler atau dua arah komunikasi tersebut biasa disebut

³³ Mulyana.

dengan model komunikasi antarmanusia yang memusat. Komunikasi sirkuler ini ditandai dengan berbagai hal di antaranya adalah:

- 1) Orang-orang yang berkomunikasi dianggap setara.
- 2) Proses komunikasi berjalan timbal balik (dua arah), karena modelpun tidak ditandai dengan suatu garis lurus bersifat linier (satu arah).
- 3) Dalam praktiknya, kita tidak lagi memperhatikan pesan dengan umpan balik karena pesan komunikator A sekaligus umpan balik bagi komunikator B, dan sebaliknya umpan balik B sekaligus merupakan pesan B, begitu seterusnya.
- 4) Komunikasi yang terjadi sebenarnya jauh lebih rumit. Sebagai contoh komunikasi antara dua orang, sebenarnya juga secara simultan melibatkan komunikasi dengan diri sendiri (berpikir) sebagai mekanisme untuk menanggapi pihak lainnya³⁴.

Perlu diperhatikan pula, meskipun sifat sirkuler digunakan untuk menandai proses komunikasi, unsur-unsur proses komunikasi sebenarnya tidak terpola secara kaku. Pada dasarnya, unsur-unsur tersebut tidak berada dalam satu tatanan yang bersifat linier, sirkuler, halikal, atau tatanan lainnya. Oleh karena itu, sifat nonsekuensial alih-alih sirkuler tampaknya lebih tepat digunakan untuk menandai proses komunikasi.

j. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis, dan transaksional

Komunikasi bersifat prosesual adalah bahwa komunikasi itu tidak memiliki awal dan tidak memiliki akhir, melainkan merupakan proses yang sinambung (continuous). Bersifat dinamis adalah dalam proses

³⁴ Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*.

komunikasi para peserta akan saling mempengaruhi, seberapa kecil pengaruh itu baik lewat komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal. Sedangkan komunikasi bersifat artifisial adalah bahwa komunikasi mencoba menangkap suatu gambaran diam (statis) dari proses tersebut dengan maksud untuk menganalisis kerumitan peristiwa tersebut, dengan menonjolkan komponen-komponen atau aspek-aspek yang penting. Dalam hal ini, boleh dikatakan bahwa semua model komunikasi sebenarnya merupakan “pemotretan” atas gambaran diam dari proses tersebut.

Dalam kaitan pengertian di atas, implikasi komunikasi sebagai proses dinamis dan transaksional adalah bahwa para peserta komunikasi berubah (dari sekadar berubah pengetahuan hingga berubah pandangan dunia dan perilakunya). Pandangan dinamis dan transaksional memberi tekanan bahwa adanya perubahan sebagai hasil terjadinya komunikasi. Sedangkan bentuk implisit dalam proses komunikasi sebagai transaksi adalah proses penyediaan (*encoding*) dan penyediaan balik (*decoding*). Kedua proses tersebut meskipun secara teoretis dapat dipisahkan, sebenarnya terjadi serempak, bukan pergantian. Kecerempakan inilah yang menandai komunikasi sebagai transaksi.

k. Komunikasi bersifat *irreversible*

Komunikasi bersifat *irreversible* adalah merupakan implikasi dari komunikasi sebagai suatu proses yang selalu berubah. Dalam komunikasi sekali terjadi pengiriman suatu pesan, maka Anda tidak dapat

mengendalikan pengaruh pesan tersebut terhadap khalayak, apalagi menghilangkan efek dari pesan tersebut. Prinsip ini merupakan salah satu bentuk dari kehati-hatian bagi komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan sebab sekali lagi efeknya tidak bisa ditiadakan sama sekali meskipun berupaya untuk meralatnya³⁵. Sebagai contoh, dalam komunikasi massa sekali wartawan menyiarkan suatu berita yang tanpa disengaja mencemarkan nama baik seseorang maka nama baik seseorang tersebut akan sulit untuk dikembalikan lagi ke posisi semula, meskipun surat kabar, majalah, radio, televisi itu telah minta maaf dan meminta hak jawab sumber berita secara lengkap.

1. Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah

Komunikasi bukanlah panacea (obat mujarab) untuk menyelesaikan persoalan atau konflik yang disebabkan faktor komunikasi. Sesungguhnya konflik tersebut bisa jadi berkaitan dengan masalah kultural, walaupun banyak persoalan atau konflik antara manusia yang disebabkan oleh masalah komunikasi. Dan untuk itu, agar komunikasi berjalan efektif, maka kendala struktural tersebut juga harus diatasi atau diselesaikan.

2. Dakwah

Secara terminologis dakwah Islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain masuk ke dalam sabil Allah Swt. bukan untuk mengikuti

³⁵ Saidati Ismaha Rifda, “Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah,” preprint (Open Science Framework, 13 Agustus 2020), <https://doi.org/10.31219/osf.io/9gwqr>.

dai atau sekelompok orang³⁶. Abdul Basit menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam³⁷. Abdul al Badi Shadar (dalam Sukayat) membagi dakwah menjadi dua tataran yaitu dakwah *fardiyah* dan dakwah *ummah*³⁸. Sementara itu Abu Zahroh menyatakan bahwa dakwah itu dapat dibagi menjadi dua hal, pelaksana dakwah, perseorangan, dan organisasi³⁹. Sedangkan Ismail al-Farugi, mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, universal, dan rasional. Dan kebebasan inilah menunjukkan bahwa dakwah itu bersifat universal (berlaku untuk semua amat dan sepanjang masa)⁴⁰.

Pada intinya, pemahaman lebih luas dari pengertian dakwah yang telah didefinisikan oleh para ahli tersebut adalah: Pertama, ajakan ke jalan Allah Swt. Kedua, dilaksanakan secara berorganisasi. Ketiga, kegiatan untuk mempengaruhi manusia agar masuk jalan Allah Swt. Keempat, sasaran bisa secara *fardiyah* atau *jama'ah*.

Dalam konteks dakwah istilah “*amar ma'ruf nahyi munkar* secara lengkap dan populer dipakai adalah yang terekam dalam Al-Ouran, Surah Ali Imran, ayat 104:

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru pada kebajikan, menyuruh pada yang *ma'ruf* dan mencegah yang *munkar*: mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (OS Ali Imran (31: 104).

³⁶ Ahmad Zabidi, “Sayyid Qutb’s Concept of Da’wa in His Fi Zilal al Quran,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 14, no. 2 (30 Desember 2020): 167–86, <https://doi.org/10.15575/idajhs.v14i2.9660>.

³⁷ Abdul Basit, *Dakwah Antar Individu Teori dan Aplikasi*, Revisi (Purwokerto: Tentrem Karya Nusa, 2008).

³⁸ Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: LKiS, 2016).

³⁹ Syahrullah Syahrullah, “Nuansa Fiqhiyah Dalam Zahrah Al-Tafasir Karya Muhammad Abu Zahrah,” *Al-Bayan: Jurnal Studi Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir* 1, no. 2 (30 Desember 2016): 131–38, <https://doi.org/10.15575/al-bayan.v1i2.1597>.

⁴⁰ Akhirudin Akhirudin, “Dakwah Islam Kontemporer Kajian Pemikiran Ismail Raji Al-Faruqi,” *Jurnal Dakwah* 22, no. 1 (2021): 1–44.

Ayat di atas, mengandung beberapa esensi dakwah yaitu, *Pertama*, “hendaklah ada di antara kamu sekelompok umat”. *Kedua*, yang tugas atau misinya menyeru kepada kebajikan. *Ketiga*, yaitu menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah kepada yang mungkar. *Keempat*, merekalah orang-orang yang berjaya. Sementara itu, dalam surah Ali Imran kalimat yang senada, yang mengandung dua komponen dan pengertian yaitu: *Pertama*, kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan manusia. *Kedua*, menyuruh kepada yang maruf dan mencegah yang mungkar dan beriman kepada Allah Swt.

Pada buku Desain Ilmu Dakwah dalam pengertian keagamaan dakwah dimasukkan ke aktivitas *tabligh* (penyiaran), *tatbig* (penerapan/ pengamalan), dan *tandhim* (pengelolaan). Dalam buku Ilmu Dakwah terungkap bahwa rumusan dakwah yang muncul adalah:

- a. Ilmu dakwah adalah ilmu yang mempelajari proses penyampaian ajaran Islam kepada umat.
- b. Ilmu dakwah adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari gejala penyampaian agama dan proses keagamaan dalam segala seginya⁴¹.

Berikut ini, adalah beberapa definisi mengenai dakwah yang diungkapkan oleh para ahli⁴²:

Toha Yahya Omar

“Definisi ilmu dakwah secara umum adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara atau tuntunan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ide/gagasan, pendapat atau pekerjaan tertentu. Adapun definisi dakwah

⁴¹ Aziz, *Ilmu Dakwah*.

⁴² Wahyu Ilaihi dan Hefni Harjani, *Pengantar Sejarah Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2007).

menurut Islam adalah mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai peringatan Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.”

Abu Bakar Dzakarria

“Dakwah sebagai kegiatan para ulama dengan mengajarkan manusia kepada apa yang baik bagi mereka, yaitu kehidupan dunia akhirat menurut kemampuan mereka.”

Al-Khuli'i

Dakwah adalah “Memindahkan umat dari satu situasi ke situasi yang lain.”

Hamzah Ya'kub

"Mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah Swt. dan Rasul-Nya.”

Ali Mafudz

“Mendorong (memotivasi) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah mereka berbuat ma'rif dan mencegah dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebaikan di dunia dan akhirat.”

Ahmad Ghalwasy

“Dakwah sebagai pengetahuan yang dapat memberikan segenap usaha yang bermacam-macam yang mengacu pada upaya penyampaian ajaran Islam kepada seluruh manusia yang mencakup akidah, syariah, dan akhlak.”

Secara umum, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Dengan begitu, dalam dakwah terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntunan ruang dan waktu. Sementara itu, dakwah dalam prakteknya merupakan kegiatan untuk mentrans-formasikan nilai-nilai agama yang

mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan⁴³.

Ada dua segi dakwah yang meskipun tidak dapat dipisahkan, dapat dibedakan, yaitu menyangkut “isi” dan “bentuk”, “substansi” dan “forma”, “pesan” dan “cara penyampaian”, “esensi”, dan “metode”⁴⁴. Dakwah tentu menyangkut kedua-duanya sekaligus, dan sebenarnya tidak dapat terpisahkan, dan semuanya itu memiliki dimensi universal, yang tidak terikat oleh ruang dan waktu. Dalam hal ini, substansi dakwah adalah pesan keagamaan itu sendiri—*al-din-ual-nashihah*, “agama adalah pesan”.

Sisi kedua dalam dakwah adalah sisi bentuk, forma, cara penyampaian dan metode yang disebutkan dalam Al-Ouran sebagai syirah dan manhaj yang bisa berbeda-beda menurut tuntutan ruang dan waktu. Berikut coba disimak ungkapan ayat-ayat berikut ini.

QS Al-Ma'idah ayat 48:

“Dan telah kami turunkan kepada kamu Al-Quran dengan membawa kebenaran, dan membenarkan apa yang sebelumnya, yaitu kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian kepada kitab-kitab lain itu, maka putuskanlah perkara mereka itu menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu, untuk tiap-tiap umat di antara kamu, kami berikan aturan dan jarak yang terang. Sekiranya Allah meng: hendaki, niscaya kamu dijadikan satu umat (sajal, tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberiannya kepadamu, maka ber: lomba-lombalah berbuat kebajikan. Hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukannya kepadamu apaapa yang telah kamu perselisihkan.”

QS Al-Jatsiyah ayat 18-19

“Kemudian kami jadikan kamu berada di atas suatu syariat Iper: aturan) dari urusan Jagamal itu, maka ikutilah syariat itu dan

⁴³ M. Rosyid Ridla, Afif Rifa'i, dan Suisyanto Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah, Prespektif, dan Ruang Lingkup* (Yogyakarta, 2017).

⁴⁴ Sukayat, *Ilmu Dakwah*.

janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui. (18) Sesungguhnya mereka tidak sekali-kali akan dapat menolak dari kamu sedikit pun (siksaan) Allah. Dan sesungguhnya orang-orang yang zalim itu sebagian mereka menjadi penolong bagi sebagian yang lain, dan Allah adalah pelindung orang-orang bertakwa.”

Pemahaman secara jamak masyarakat sampai sekarang masih terkesan bahwa dakwah hanya dipahami dan diidentikkan dengan tabligh, ceramah agama, pengajian di masjid-masjid, tabligh akbar, istighasah, dan segala bentuk derivatif konvensionalnya. Sudah saatnya, bahwa dakwah juga harus didenifisikan sebagai ilmu, seni, dan keterampilan mentransformasikan informasi (nilai dan ajaran Islam) dan aset intelektual (misalnya pikiran keagamaan, teori keagamaan, hasil penelitian keagamaan, dan pengalaman ilmiah keagamaan) ke dalam nilai-nilai kesabaran dan ketahanan dalam diri mad'u.

Apabila diilustrasikan, dakwah itu variasinya dimulai dari sekumpulan fakta mengenai sesuatu yang disebut data (pengalaman keagamaan dalam sejarah kehidupan umat manusia yang empiris atau tesktual atau dektrional), kemudian membentuk informasi yaitu data yang dapat mengubah persepsi knowledge seeker (mad'u/sasaran dakwah) untuk kemudian memungkinkan terjadinya perubahan keputusan dan perilaku.

Dalam kegiatan atau aktivitas dakwah perlu diperhatikan unsurunsur yang terkandung dalam dakwah atau dalam bahasa lain adalah komponen-komponen yang harus ada dalam setiap kegiatan dakwah. Dan desain pembentuk tersebut adalah meliputi:

a. Dai

Dai adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga. Lalu siapa dai itu? Pada dasarnya, semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah, artinya orang yang harus menyampaikan atau dikenal sebagai komunikator dakwah. Maka, yang dikenal sebagai dai atau komunikator dakwah itu dapat dikelompokkan menjadi⁴⁵:

- 1) Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang mukallaf (dewasa) di mana bagi mereka kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat, tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah: “Sampaikan walau satu ayat”.
- 2) Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (mutakhasis) dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama. (Selengkapnya baca di Bab Komponen-Komponen Komunikasi Dakwah).

b. Mad'u

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Muhammad Abduh membagi *mad'u* menjadi tiga golongan yaitu⁴⁶:

⁴⁵ Suharto Suharto, “Fungsi Komunikasi Dakwah di Era Multi Media,” *Al-Mishbah* 15, no. 1 (2019): 23–32.

⁴⁶ Aziz, *Ilmu Dakwah*.

- 1) Golongan cerdas cendekawan yang cinta kebenaran dan dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.
- 2) Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- 3) Golongan yang berbeda dengan golongan di atas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalami benar.

c. Materi/pesan dakwah

Materi/pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan dai kepada madu. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum dapat dikelompokkan menjadi

- 1) Pesan Akidah, meliputi Iman kepada Allah Swt. Iman kepada Malukatnya, Iman kepada kitab-kitab-Nya, Iman kepada rasulrasuhnwa, Iman kepada Hari Akhir, Iman kepada Oadha-Oadhar.
- 2) Pesan Syariah meliputi ibadah thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji, serta mu'amalah.
 - a) Hukum perdata meliputi: hukum niaga, hukum nikah, dan hukum waris.
 - b) Hukum publik meliputi: hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai.
- 3) Pesan Akhlak meliputi akhlak terhadap Allah Swt., akhlak terhadap makhluk yang meliputi: akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga,

masvarakat lainnya, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna, dan sebagainya⁴⁷.

d. Media Dakwah

Alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam. Hamzah Yagub membagi media dakwah itu menjadi lima⁴⁸:

- 1) Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- 2) Tulisan, buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, e-mail, sms), spanduk dan lain-lain.
- 3) Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
- 4) Audio visual yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, ohp, internet, dan sebagainya.
- 5) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh madu.

e. Efek Dakwah

Efek dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan feed back (umpan balik) adalah umpan balik dari reaksi proses dakwah. Dalam bahasa sederhananya adalah reaksi dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah. Menurut Jalaluddin Rahmat efek dapat terjadi pada tataran yaitu

⁴⁷ Muhammad Qodaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Qiara Media, 2019).

⁴⁸ Ridla, Rifa'i, dan Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah, Prespektif, dan Ruang Lingkup*.

- 1) Efek kognitif, yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
- 2) Efek afektif, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.
- 3) Efek behavioral, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan⁴⁹.

f. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan dai untuk menyampaikan pesan dakwah atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Sementara itu, dalam komunikasi metode lebih dikenal dengan approach, yaitu cara-cara yang digunakan oleh seorang komunikator untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Secara terperinci metode dakwah dalam Al-Ouran terekam pada OS Al-Nahl ayat 105.

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Dari ayat tersebut, terlukiskan bahwa ada tiga metode yang menjadi dasar dakwah yaitu,

- 1) Hikmah, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka,

⁴⁹ Sukayat, *Ilmu Dakwah*.

sehingga di dalam menjalankan ajaranajaran Islam selanjutnya mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.

- 2) Maudhah hasanah, adalah berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.
- 3) Mujadalah, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula dengan menjelekkkan yang menjadi mitra dakwah⁵⁰.

g. Prinsip-Prinsip Dakwah

Setelah elemen-elemen yang terkandung dalam dakwah disebutkan di atas, ada baiknya juga untuk menjadikan dakwah efektif, maka masyarakat dakwah khususnya dai harus juga memahami prinsip-prinsip dakwah. Prinsip-prinsip tersebut menurut Achmad Mubarak dalam pengantarnya di buku Psikologi Dakwah terangkum dalam⁵¹:

- 1) Berdakwah itu harus dimulai dari diri sendiri (ibda' binafsi') dan kemudian menjadikan keluarganya sebagai contoh bagi masyarakat. Ou anfusakum wa ahlikum nara (QS 66:6)
- 2) Secara mental dai harus siap menjadi ahli waris para nabi yakni mewarisi perjuangan yang berisiko, alulama' waratsat al ambiya. Semua nabi harus mengalami kesulitan dalam berdakwah kepada kaumnya meski sudah dilengkapi mukjizat.

⁵⁰ Aziz, *Ilmu Dakwah*.

⁵¹ Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2009).

- 3) Dai harus menyadari bahwa masyarakat membutuhkan waktu untuk dapat memahami pesan dakwah. Oleh karena itu, dakwah pun harus memperhatikan tahapan-tahapan sebagaimana dahulu Nabi Muhammad harus melalui tahapan periode Makkah dan periode Madinah.
- 4) Dai harus juga menyelami alam pikiran masyarakat sehingga kebenaran Islam tidak disampaikan dengan menggunakan logika masyarakat, sebagaimana pesan Rasul *“khatib an-nas ala qadri 'uqulihim.”*
- 5) Dalam menghadapi kesulitan, dai harus bersabar, jangan bersedih atas kekafiran masyarakat dan jangan sesak napas terhadap tipu daya mereka (QS. 16:27), karena sudah menjadi sunnatullah bahwa setiap pembawa kebenaran akan dilawan oleh orang kafir, bahkan setiap nabi-pun harus mengalami diusir oleh kaumnya. Seorang dai hanya bisa mengajak, sedangkan yang memberi petunjuk adalah Allah Swt.
- 6) Citra positif dakwah akan sangat melancarkan komunikasi dakwah, sebaliknya citra buruk akan membuat semua aktivitas dakwah menjadi kontradiktif. Citra positif bisa dibangun dengan kesungguhan dan konsistensi dalam waktu lama, tetapi citra buruk dapat dibangun seketika hanya oleh satu kesalahan fatal. Dalam hal ini, keberhasilan membangun komunitas Islam, meski kecil akan sangat efektif untuk dakwah.
- 7) Dai harus memperhatikan tertib urutan pusat perhatian dakwah, yaitu prioritas pertama berdakwah dengan hal-hal yang bersifat Universal yakni al-khair (kebajikan), yad'una ila al-khair, baru kepada amr maruf

dan kemudian nahi munkar (QS. 3:104). Al khair adalah kebaikan universal yang datangnya secara normatif dari Tuhan, kemudian keadilan dan kejujuran, sedangkan al-ma'ruf adalah sesuatu yang secara sosial dipandang sebagai kepantasan.

Sedangkan prinsip-prinsip dakwah jika ditinjau dari dai makna presepsi dari masyarakat secara jamak adalah⁵²:

- 1) Dakwah sebagai tabligh, wujudnya adalah ketika *mubaligh* menyampaikan ceramah atau pesan dakwah kepada masyarakat (*mad'u*)
- 2) Dakwah sebagai ajakan
- 3) Dakwah sebagai pekerjaan menanam, dapat diartikan sebagai dakwah mengandung arti mendidik manusia agar mereka bertingkah laku sesuai dengan hukum Islam, karena bagaimanapun juga mendidik adalah pekerjaan nilai-nilai ke dalam jiwa manusia.
- 4) Dakwah sebagai akulturasi nilai, dan
- 5) Dakwah sebagai pekerjaan membangun.

3. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah muncul dari paradigma interaksional yang memiliki karakteristik utama yakni mengedepankan nilai individual di atas segala pengaruh yang lain, di mana manusia merupakan makhluk sosial yang berbudaya, saling melakukan hubungan satu dengan yang lain, hidup bermasyarakat, dan menghasilkan buah pikiran yang berbeda.

⁵² Iaihi dan Harjani, *Pengantar Sejarah Dakwah*.

Dalam bukunya yang berjudul Psikologi Dakwah, Ahmad Mubarak menerangkan bahwa berdakwah sama dengan melakukan proses komunikasi, hal tersebut bisa dilihat di mana da'i mengomunikasikan pesan dakwahnya, baik secara individual maupun secara berkelompok. Secara teknis pula, bisa diidentifikasi bahwa da'i berperan sebagai komunikator dan mad'u sebagai komunikan. Hukum yang terdapat pada ilmu komunikasi berlaku juga pada proses dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah, dan bagaimana mengungkapkan apa yang tersembunyi di balik perilaku manusia dakwah sama juga dengan apa yang harus dikerjakan pada manusia komunikan⁵³.

Pada hakikatnya, perbedaan-perbedaan antara kegiatan-kegiatan lahiriah, antara komunikasi dan dakwah nyaris tidak kelihatan, karena memang tidak begitu tajam. Bahkan lebih terasa persamaannya dengan beberapa bentuk aktivitas komunikasi yang dikenal selama ini. Hal itu, ada benarnya karena memang komunikasi dakwah pada dasarnya memiliki persamaan dengan bentuk kegiatan komunikasi yang lain yang samasama berlandaskan prinsip-prinsip yang diajarkan oleh teori komunikasi⁵⁴. Dalam kajian lebih dalam, perbedaan yang ada dalam komunikasi dakwah hanyalah pesan yang disampaikan, yaitu ajaran Islam dan komunikator dalam hal ini sebagai aktor komunikasi diharuskan yang memiliki spesifikasi syarat dan kriteria tersendiri. Di samping itu, kalau pada aktivitas komunikasi yang biasa atau yang rutin, tidak begitu memper soalkan apa yang menjadi motivasi

⁵³ Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2009), 20.

⁵⁴ Asep Syamsul M Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis* (Jakarta: Romeltea, 2013), 12.

ataupun tujuan yang dimaksud, maka dalam komunikasi dakwah, hal itu sudah benar-benar dikaitkan dengan tujuan dakwah secara mikro, maupun makro. Letak perbedaan antara komunikasi dan komunikasi dakwah tersebut yang sangat menonjol sebenarnya terletak pada muatan yang terkandung di dalam pesannya. Dalam hal ini, komunikasi sifatnya lebih netral dan umum, sedangkan dalam dakwah terkandung nilai kebenaran dan keteladanan Islam. Di samping itu, letak perbedaan antara komunikasi dan dakwah terletak pada tujuan dan efek yang diharapkan. Ditinjau dari efek yang diharapkan itu, tujuan dalam komunikasi sifatnya umum, sedangkan tujuan dakwah sifatnya khusus. Kekhususan inilah yang dalam proses komunikasi melahirkan efek yang berbeda⁵⁵.

Dengan demikian, apabila kita menelaah komunikasi dakwah dengan pendekatan komunikologis maka harus diteropong dengan pendekatan dalam dimensi-dimensi *das sein*, *das sollen*, dan *das wollen*, serta dalam ruang lingkup makro, meso, dan mikro, yang merupakan suatu entitas dakwah.

Oleh karenanya, dalam komunikasi dakwah bukan hanya sekadar proses penyampaian suatu pesan mengenai dakwah oleh seseorang kepada orang lain. Bukan pula merupakan pengertian komunikasi plus dakwah atau ditambah pengertian dakwah⁵⁶. Untuk itu, jika menelaah pengertian komunikasi dakwah harus dikaji tidak secara atomistik dengan memilah-milah setiap komponen yang terlibat, tetapi harus ditelaah secara holistik, dengan melihat komponen antara yang satu dan komponen yang lain secara fungsional, di mana terdapat tujuan yang jelas yang akan dicapai.

⁵⁵ Suharto, "Fungsi Komunikasi Dakwah di Era Multi Media."

⁵⁶ Rifda, "Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah."

Sebelum suatu pesan dakwah dapat dikonstruksikan untuk disampaikan kepada komunikan dengan tujuan mempengaruhi dan mengajak, di situ harus terdapat materi/pesan dakwah yang dirumuskan sesuai dengan ajaran Islam. Perlu diingat juga bahwa pengertian komunikasi dakwah tidak ditekankan pada aspek tujuannya saja, tetapi juga menekankan efek yang muncul kepada komunikan sebagai akibat dari penyampaian suatu pesan. Lebih lanjut, jika ditinjau dari prosesnya, dakwah adalah komunikasi dalam arti kata bahwa dalam proses tersebut terlibat dua komponen yang terdiri dari dua manusia, yakni dai sebagai komunikator, dan madu sebagai komunikan. Proses tersebut berlangsung dalam kegiatan dakwah. Yaitu proses penyampaian pesan dakwah kepada madu. Selain itu, komunikasi dalam proses dakwah tidak hanya ditujukan untuk memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, membina hubungan sosial yang baik, tetapi tujuan yang terpenting dalam komunikasi dakwah adalah mendorong mad'u untuk bertindak melaksanakan ajaran-ajaran agama terlebih dahulu memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, dan membina hubungan baik⁵⁷.

Meski secara formal tidak disebut sebagai komunikasi dakwah, beberapa kegiatan dakwah sesungguhnya merupakan komunikasi dakwah. Dengan demikian, sebenarnya kajian tentang komunikasi dakwah tersebut memperbincangkan hal yang sama yakni, bagaimanakah proses komunikasi (baik dalam arti yang seluas-luasnya maupun tertentu) dapat berperan maksimal dalam pelaksanaan dakwah.

⁵⁷ Takari, "Memahami Ilmu Komunikasi."

Untuk itu, konsep komunikasi dakwah dapat dilihat dalam arti yang luas dan terbatas. Dalam arti yang luas, komunikasi dakwah meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) di antara semua pihak yang terlibat dalam dakwah terutama antara komunikator (*da'i*) dan mad'u, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian terhadap dakwah⁵⁸.

Sedangkan dalam arti yang sempit, komunikasi dakwah merupakan segala upaya dan cara, metode serta teknik penyampaian pesan dan keterampilan-keterampilan dakwah yang ditujukan kepada umat atau masyarakat secara luas. Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dalam hal ini *mad'u* dapat memahami, menerima, dan melaksanakan pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh dai.

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Quran dan Hadis dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.

Komunikasi dakwah dapat juga diartikan sebagai upaya komunikator forang yang menyampaikan pesan, seperti: Ustaz, Ulama, Kiai, Buya, atau *Mubaligh*) dalam mengomunikasikan/menyampaikan pesan-pesan Al-Quran dan Hadis kepada umat (khalayak) agar umat dapat mengetahui, memahami,

⁵⁸ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 125.

menghayati, dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari serta menjadikan Al-Quran dan Hadis sebagai pedoman dan pandangan hidupnya⁵⁹.

Secara umum, komunikasi dakwah adalah suatu penyampaian pesan dakwah yang secara sengaja dilakukan oleh komunikator (*da'i*) kepada komunikan (*mad'u*) dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu.

a. Objek Kajian Komunikasi Dakwah

Berdasarkan objeknya, ilmu pengetahuan dapat dibedakan atas ilmu alam dan ilmu sosial. Yang dicari manusia dalam ilmu pengetahuan - adalah kebenaran, persesuaian antara tahu dan objeknya. Oleh karena itu, disebut kebenaran objektif⁶⁰. Dalam upaya mencapai kebenaran, terdapat beberapa alat bantu berpikir ilmiah, yaitu matematika dan bahasa. Apabila keduanya memenuhi syarat ilmu, yaitu sistematis, metodis, universal, dan objektif, maka dapat disebut sebagai ilmu matematika atau ilmu bahasa⁶¹.

Sedangkan objek itu sendiri dapat berarti sebagai sasaran, hal, perkara atau orang yang menjadi pokok pembicaraan. Objek merupakan syarat mutlak bagi suatu ilmu pengetahuan. Bagaimanapun juga berdasarkan objek inilah ilmu pengetahuan dapat menentukan langkah-langkah lebih lanjut dalam pengkhususan masalahnya, atau objeklah yang membatasi masalah atau persoalannya. Dan setiap ilmu pengetahuan memiliki objek material dan objek formal masing-masing. Objek formal

⁵⁹ Andi Markarna, "Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Alquran," *HUNafa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 1 (19 Juni 2014): 127, <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i1.344.127-151>.

⁶⁰ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 76.

⁶¹ Iaihi, *Komunikasi Dakwah*.

itu berasal dari beberapa cabang ilmu pengetahuan yang sama, tetapi tidak semua ilmu pengetahuan memiliki objek formal, inilah yang membedakan suatu ilmu dengan ilmu yang lainnya⁶².

Komunikasi dakwah adalah merupakan pertemuan dua disiplin ilmu yaitu komunikasi dan dakwah. Akan tetapi secara otonom, komunikasi dakwah memiliki teori serta prinsip-prinsip dan sudut pandang khusus yang berbeda dengan ilmu-ilmu lainnya. Untuk itu berikut ini akan kita telusuri objek kajian dari ilmu-ilmu tersebut.

Untuk mengetahui pengertian tentang objek komunikasi dakwah akan diletakkan dulu dasar pertemuan dua disiplin ilmu ini, yaitu komunikasi dan dakwah. Caranya, dengan jalan meminjam data dari kedua lapangan ilmu tersebut, kemudian atas data tersebut dapat ditemukan objek pembahasan tersendiri. Kalau pembahasan komunikasi dakwah lebih berat tekanannya pada aspek komunikasi, maka komunikasi dakwah memiliki objek yang sama dengan komunikasi pada umumnya. Akan tetapi, jika pembahasannya dititikberatkan pada aspek dakwah, objek komunikasi dakwah sama dengan objek yang menjadi pokok pembicaraan dalam ilmu dakwah⁶³.

Secara sederhana, dapat ditegaskan bahwa objek kajian komunikasi dakwah adalah peran dan fungsi komunikasi yang terlibat dalam proses dakwah. Hal ini, dapat dijelaskan berangkat dari objek material komunikasi dakwah adalah manusia sebagai sasaran dakwah. Sedangkan

UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

⁶² Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*.

⁶³ Eva Maghfiroh, "Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi" 2, no. 1 (2016): 15.

objek formanya adalah segala proses komunikasi dapat berperan maksimal dalam pelaksanaan dakwah. Objek forma ini dapat ditelusuri dari pengertian komunikasi dakwah itu sendiri, yaitu peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) di antara semua pihak yang terlibat dalam dakwah, terutama antara komunikator (*da'i*) dan madu, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap dakwah⁶⁴.

b. Keilmuan Komunikasi Dakwah

Setelah di atas dibahas tentang objek kajian komunikasi dakwah, ada baiknya kita telusuri tentang keilmuan dari komunikasi dakwah. Untuk menjadi sebuah ilmu itu secara umum harus memiliki kriteria dan proses tertentu. Harsoyo dalam bukunya *Apakah Ilmu itu* menyebutkan bahwa kriteria ilmu itu haruslah:

- 1) Rasional
- 2) Empiris
- 3) Umum
- 4) Akumulatif⁶⁵

Dan bagaimana dengan komunikasi dakwah? Komunikasi dakwah sebagai bagian dari ilmu sosial yaitu ilmu dakwah dan ilmu komunikasi. Untuk itu, jika telusuri dan kaji lebih jauh telah memenuhi persyaratan keilmuan tersebut. Yaitu dengan menelusuri syarat-syarat tersebut.

Yang dimaksud dengan rasional adalah sifat kegiatan pemikiran yang tersusun secara sistematis, hal ini terdapat dalam komunikasi

⁶⁴ Rifda, "Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah."

⁶⁵ Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*.

dakwah, baik dalam pengajaran yang ditunjang oleh hasil penelitian maupun dalam penerapannya, melakukan fungsinya dalam masyarakat.

Sifat empiris juga terpenuhi dalam komunikasi dakwah yaitu Sari setiap permasalahan komunikasi dakwah tando pada pemeran 1 Ka verifikasi pancaindra manusia. Observasi empiris yang Merifikas merupakan fakta dan berhubungan dengan fakta yang satu engan yang lainnya ditetapkan oleh teori. Dalam hal ini, fakta adalah apa yang djumpai manusia dalam pengalamannya.

Sifat umum dari komunikasi dakwah dapat ditampilkan lewat definisi-definisi yang telah dikemukakan. Selain itu, komunikasi dakwah diajarkan secara terbuka di Perguruan Tinggi dan lembaga-lembaga ainnya. Kebenaran yang dihasilkan tidak rahasia dan dirahasiakan, tetapi memiliki nilai sosial. Demi hasil ilmiah, penelitian komunikasi dakwah dipublikasikan untuk diketahui oleh orang yang menaruh minat pada kegiatan komunikasi dakwah.

Sedangkan komunikasi dakwah bersifat akumulatif, dapat ditelusuri bahwa komunikasi dakwah merupakan perkembangan bagian dari ilmu komunikasi dan dakwah.

No	Komponen Dakwah	Objek Kajian Dakwah	Illmu yang Berkaitan
1	Pelaku (Dai)	Perilaku sosial, latar belakang, sosiokultural, religiusitas, posisi, hukum	Psikologi sosial, Antropologi, Sosiologi, Etnografi, Sosio agma, dan Ilmu hukum

2	Pesan Dakwah	Struktur, isi, appeals	Agama, sosiolinguistik, psikolinguistik, psikologi, retorika, (logika dan argumentasi)
3	Sasaran Dakwah	Pelaku sosial, latar belakang sosiokultural religiosity, dan proses/sosialisasi nilai sosial	Psikologi sosial, sosiologi, sosial planning, sosial change, communication, etnografi, psikologi (sosiologi) agama, dan ilmu politik
4	Media Dakwah	Accesability, effectiveness, ownership, dan economy	Ilmu komunikasi (media analisis) dan ilmu ekonomi
5	Efek Dakwah	Perilaku individual	Psikologi, sosiologi, antropologi, dan ilmu politik
6	Metode Dakwah	Hikmah, mujahadah, maudha, hasanah, persuasi, edukasi, dan koreksi	Komunikasi, ilmu pemdidikam, social planing

c. Fungsi Komunikasi Dakwah

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuantujuan tertentu. Revolusi informasi adalah ancaman bagi struktur kekuasaan dunia. Artinya, siapa yang menguasai informasi bukan tidak mungkin ia akan menguasai dunia dengan pengaruh yang dapat ditimbulkannya melalui proses komunikasi⁶⁶. Jika kita tidak mengikuti

⁶⁶ Maghfiroh, "Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi."

arah perubahan, kita akan semakin tenggelam hingga tak mampu lagi menahan pengaruh dari dunia luar.

Fungsi komunikasi akan terus berkembang selama ilmu komunikasi itu ada. Secara lebih spesifik, seiring dengan perkembangan ilmu komunikasi, fungsi komunikasi juga mengalami dinamika. Ketika retorika mengalami kejayaan pada 5 SM, kaum Sofis Yunani menggunakan pidato untuk mempengaruhi khalayak dan mendapatkan simpati mereka⁶⁷. Perlu diingat, saat itu sistem politik mereka adalah demokrasi langsung. Kepandaian para pemimpin berpidato dapat mempengaruhi wibawa di mata rakyat. Pada masa Perang Dunia II, bentuk komunikasi berupa pidato lebih mendominasi dibanding bentuk komunikasi lainnya, Pidato digunakan oleh Adolf Hitler untuk mengunggulkan bangsanya sendiri sekaligus menakut-nakuti lawan. Pada intinya, fungsi komunikasi pada saat itu bertujuan untuk mempengaruhi orang lain.

Fungsi komunikasi secara umum dan jika dikaitkan dengan media pada dasarnya adalah: *to inform, to educate, to entertain, dan to influence*.

Dilihat dalam tataran yang lebih spesifik komunikasi memiliki fungsi yang berbeda sesuai konteks komunikasi, misalnya: komunikasi sosial, digunakan untuk pernyataan konsep, eksistensi diri, dan memperoleh rasa kebahagiaan. Komunikasi ekspresif, digunakan untuk menyalurkan emosi dan pendapat. Komunikasi ritual, biasanya digunakan secara kolektif seperti ritual keagamaan. Sedangkan komunikasi instrumental, memiliki tujuan-tujuan tertentu mengacu pada fungsi-fungsi pers di atas. Akan

⁶⁷ Ridla, Rifa'i, dan Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah, Prespektif, dan Ruang Lingkup*.

tetapi fungsi utama komunikasi sebenarnya adalah untuk membujuk. Sebagaimana yang dikatakan Carl I Hovland (dalam Mulyana) menyebutkan bahwa efek persuasi bersumber pada perubahan sikap, pendapat, persepsi, serta efek itu sendiri. Namun, mudah atau tidaknya seseorang terpengaruh bergantung pula kepada apa yang ada dalam individu itu sendiri⁶⁸.

F. Verserber mengemukakan bahwa komunikasi itu memiliki dua fungsi. Pertama, fungsi sosial yaitu untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan yakni memutuskan untuk mengambil atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu. Sedangkan Judy C. Pearson dan Paul Nelson mengemukakan bahwa komunikasi memiliki dua fungsi umum. Pertama, untuk kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesabaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan ambisi pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat⁶⁹.

Ada baiknya juga, kita juga mengetahui tentang tiga dasar mengapa manusia berkomunikasi. Dalam hal ini, Horald D. Lasswel mengemukakan tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab mengapa manusia berkomunikasi yaitu⁷⁰:

⁶⁸ Mulyana, *Komunikasi Populer, Kajian Komunikasi dan Budaya*.

⁶⁹ Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.

⁷⁰ Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*.

Pertama, hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang-peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara, dan menghindari dari hal-hal yang mengancam alam sekitarnya. Melalui komunikasi, manusia dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa. Bahkan melalui komunikasi, manusia dapat mengembangkan pengetahuannya, yakni belajar dari pengalaman, maupun melalui informasi yang mereka terima di lingkungan sekitarnya.

Kedua, adalah upaya manusia untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Proses kelanjutan suatu masyarakat sesungguhnya bergantung bagaimana masyarakat itu bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Adaptasi di sini bukan saja terletak pada kemampuan manusia memberi tanggapan terhadap gejala alam seperti banjir, gempa bumi, dan musim yang mempengaruhi manusia, tetapi juga di lingkungan masyarakat manusia hidup dalam tantangan. Dalam lingkungan seperti ini diperlukan penyesuaian agar manusia dapat hidup harmonis.

Ketiga, adalah upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan kesadarannya, anggota masyarakatnya dituntut untuk melakukan pertukaran nilai perilaku dan peranan. Misalnya, bagaimana orangtua mengajarkan sopan santun bermasyarakat yang baik kepada anak-anaknya. Bagaimana sekolah difungsikan untuk mendidik warga negaranya. Bagaimana media massa menyalurkan hati nurani khalayaknya, dan bagaimana pemerintah dengan kebijakannya yang dibuat untuk mengayomi warga negaranya.

Ketika berbicara fungsi dalam komunikasi, demikian halnya dalam komunikasi dakwah, sesungguhnya kita juga tidak bisa meninggalkan fungsi komunikasi massa. Bagaimanapun juga, komunikasi massa merupakan bagian atau suatu bentuk dari komunikasi yang begitu luas. Uraian di bawah ini merupakan fungsi komunikasi massa dengan media massanya yang dapat menjangkau khalayaknya yang amat luas, baik lokal, nasional, bahkan internasional. Apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukarmenukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam setiap "sistem sosial" adalah sebagaimana yang diungkapkan menurut Sean Mac Bride dan kawan-kawannya (dalam Ilaihi) adalah⁷¹:

1) Informasi

Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, dan gambar, fakta pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan, dan orang lain, dan agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

2) Sosialisasi

Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif dalam masyarakat.

⁷¹ Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*.

3) Motivasi

Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong untuk menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

4) Bahan diskusi

Menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional, maupun lokal.

5) Pendidikan

Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

6) Memajukan kebudayaan

Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud mewariskan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.

7) Hiburan

Penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra (image) dan drama, tari kesenian, kesusasteraan, musik, komedi, dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok maupun individu.

8) Integrasi

Menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar mereka dapat saling kenal, mengerti, dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

Selain hal tersebut di atas, secara lebih terperinci, para praktisi komunikasi, menjelaskan fungsi komunikasi sebagai berikut⁷²:

- 1) Menciptakan kesadaran (*awareness*) terhadap gagasan/pemilik
- 2) gagasan (merek/brand)
- 3) Mengubah persepsi
- 4) Mengubah keyakinan
- 5) Mengubah penyikapan (misalnya: yang tadinya menolak menjadi menerima)
- 6) Remainder (mengingat kembali)
- 7) Memperkuat sikap
- 8) Mendapatkan respons langsung
- 9) Membangun citra

Terkait dengan fungsi-fungsi komunikasi tersebut, dalam komunikasi dakwah pada dasarnya tidak hanya berkisar pada “*how to communicates*” saja, akan tetapi yang terpenting adalah “*how to*

⁷² Suharto, “Fungsi Komunikasi Dakwah di Era Multi Media.”

communicate” agar menjadi perubahan sikap (*attitude*), pandangan (*opinion*) dan perilaku (*behavioral*) pada pihak sasaran komunikasi dakwah Imaduj, apakah madu tersebut seorang individu (*mikro*), kelompok (*meso*), atau masyarakat keseluruhan (*makro*). Perubahan-perubahan sebagai dampak komunikasi yang dilancarkan komunikator itu dapat terjadi karena kesadaran secara rasional⁷³.

Islam sebagai agama yang berorientasi pada amal saleh yaitu tingkah laku yang selaras dengan pedoman-pedoman dasar Islam yang berupa Al-Quran dan as-Sunnah yang sekaligus berkedudukan sebagai akhlak yang mulia. Dari sini dapat dipersepsikan bahwa tujuan dakwah secara luas adalah menegakkan ajaran Islam kepada setiap insani sehingga ajaran tersebut mampu mendorong perbuatan yang sesuai dengan ajaran Islam. Sedangkan secara sederhana, tujuan komunikasi dakwah secara umum adalah mengubah perilaku sasaran dakwah agar mau menerima ajaran Islam dan mengamalkannya dalam tataran pribadi kehidupan sehari-hari baik yang berkaitan dengan masalah pribadi keluarga maupun sosial kemasyarakatan agar terdapat kehidupan yang penuh keberkahan samawi dan keberkahan ardhi (QS Al-Araf; 96) memperoleh kebaikan dunia dan akhirat serta terbebas dari azab neraka terekam dalam surah Al-Baqarah⁷⁴.

“Mereka itulah orang-orang yang mendapat bagian dari apa yang mereka usahakan, dan Allah sangat cepat perhitungannya.” (OS Al-Baqarah (21: 202)

“Jika sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi mereka mendustakan (Jayat-ayat kamil itu, maka

⁷³ Nugraheni, *Komunikasi dan Isu Publik*.

⁷⁴ Ahmad Atabik, “Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Qur’an,” *At-Tabsyir: Jurnal Penyiaran Komunikasi Islam* 2, no. 2 (Juli 2014): 20.

kami siksa mereka disebabkan perbuatannya.” (QS Al-A'rraf (7J: 96)

Oleh karenanya, dengan memahami fungsi komunikasi dakwah merupakan salah satu solusi yang tepat. Dengan memahami apa fungsi komunikasi dakwah, kita dapat menentukan langkah-langkah strategis untuk mempersiapkan diri menghadapi setiap tantangan dalam proses berdakwah, mengetahui dampak negatif, dan menghindarkannya dari tujuan berkomunikasi. Dengan memahami fungsi komunikasi dakwah, kita juga dapat mengembalikan peran dakwah sebenarnya, sehingga segala sesuatu yang menghambat proses komunikasi dakwah dapat dihilangkan.

d. Tujuan dan Peran Komunikasi Dakwah

Gordon I. Zimmerman (dalam Ilaihi) membagi dan merumuskan tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. *Pertama*, tujuan komunikasi adalah untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan manusia untuk memberi makan dan pakaian pada diri sendiri, memuaskan kepenasaran pada diri manusia akan lingkungan dan menikmati hidup. *Kedua*, tujuan komunikasi adalah menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Dengan demikian, memiliki fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana kita dengan orang lain⁷⁵.

Sedangkan secara khusus, tujuan dakwah itu dapat dibedakan menjadi beberapa segi, yaitu sebagai berikut⁷⁶.

⁷⁵ Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*.

⁷⁶ Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*.

1) Dari segi mitra dakwah

- a) Tujuan perseorangan, yaitu terbentuknya pribadi muslim dengan iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan hukum-hukum Allah Swt. dan berakhlak karimah. - Tujuan untuk keluarga, yaitu terbentuknya keluarga bahagia, penuh ketenteraman dan cinta kasih antara anggota keluarga.
- b) Tujuan untuk masyarakat, yaitu terbentuknya masyarakat sejahtera yang penuh dengan suasana keislaman.
- c) Tujuan umat manusia di seluruh dunia, yaitu terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian dan ketenangan dengan tegaknya keadilan, persamaan hak dan kewajiban, tidak adanya diskriminasi dan eksploitasi dan saling tolong menolong dan menghormati.

2) Dari Segi Pesan

- a) Tujuan akidah, yaitu tertanamnya akidah yang mantap di setiap hati manusia sehingga keyakinan tentang ajaran-ajaran Islam tidak lagi dicampuri dengan rasa keraguan.
- b) Tujuan hukum, yaitu terbentuknya pribadi muslim yang luhur dengan sifat-sifat yang terpuji dan bersih dari sifat tercela.

Dengan terpenuhinya persyaratan untuk terjadinya suatu komunikasi, seperti yang telah diungkapkan di atas, disimpulkan bahwa dakwah itu sendiri merupakan sebuah proses komunikasi. Dalam hal ini

Jalaluddin Rokhmat, mengungkapkan tujuan umum dakwah dalam konteks komunikasi adalah sebagai berikut⁷⁷.

- 1) Memberitahukan (informatif). Ditujukan untuk menambah pengetahuan pendengar. Komunikasi diharapkan memperoleh penjelasan, menaruh minat, dan memiliki pengertian tentang persoalan yang dibicarakan.
- 2) Mempengaruhi (persuasif). Ditujukan agar orang mempercayai, sesuatu, melakukannya, atau terbakar semangat dan antusiasmenya. Keyakinan, tindakan, dan semangat adalah bentuk reaksi yang diharapkan.
- 3) Menghibur (rekreatif). Bahasa yang disampaikan enteng, segar, dan mudah dicerna. Diperlukan otak yang baik untuk membuat humor yang baik. Perhatian, kesenangan, dan humor adalah reaksi pendengar yang diharapkan di sini.

Setelah mengetahui tujuan dari komunikasi dakwah, selanjutnya kita juga mengetahui tentang peran komunikasi dalam dakwah. Setidaknya ada beberapa peran komunikasi dalam dakwah di antaranya adalah⁷⁸:

- 1) Komunikasi dapat menciptakan iklim bagi perubahan dengan memasukkan nilai-nilai persuasif Islam, sikap mental Islam, dan bentuk perilaku Islam.
- 2) Komunikasi dapat mengajarkan keterampilan-keterampilan pendidikan Islam.

⁷⁷ Rokhmat Jalaluddin, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004).

⁷⁸ Basit, *Dakwah Antar Individu Teori dan Aplikasi*.

- 3) Media massa dapat bertindak sebagai pengganda sumber-sumber daya pengetahuan.
- 4) Media massa dapat mengantarkan pengalaman-pengalaman yang dialami diri sendiri sehingga mengurangi biaya psikis dan ekonomis untuk menciptakan kepribadian Islami (amar ma'ruf nahi munkar).
- 5) Komunikasi dapat meningkatkan apresiasi yang merupakan perangsang untuk bertindak secara riil.
- 6) Komunikasi dapat membantu masyarakat menemukan Islam dan tentang pengetahuan Islam dalam mengatasi perubahan.
- 7) Komunikasi dapat membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi dalam membuat keputusan di tengah kehidupan masyarakat.
- 8) Komunikasi dapat mengubah struktur kekuasaan masyarakat pada masyarakat yang awam kemasyarakatan yang memiliki pengetahuan dan wawasan kepada massa.
- 9) Komunikasi dapat menciptakan umat menjadi loyal terhadap Islam.
- 10) Komunikasi memudahkan perencanaan dan implementasi program dan strategi dakwah.
- 11) Komunikasi dapat membuat dakwah menjadi proses yang berlangsung secara mandiri (*self perpetuating*).

Akan tetapi, perlu diingat pula bahwa kelangsungan atau peran komunikasi dakwah seperti halnya disebutkan di atas hanya sebagian untuk dimensi ide, teknik, dan imej. Dalam ukuran yang lebih luas, komunikasi dakwah yang berhasil harus juga memberikan jaminan bagi

umat (*mad'u*) bahwa mereka di masa yang akan datang memiliki identitas sebagai suatu umat yang bahagia dunia akhirat.

B. Dakwah Sebagai Proses Komunikasi

Setiap orang memiliki hasrat untuk berbicara, mengungkapkan pendapat, dan memperoleh informasi. Atas alasan-alasan itulah, tercipta apa yang dinamakan proses komunikasi. Bila melihat ke beberapa dasawarsa lalu, komunikasi masih sederhana. Sebagian besar bersifat satu arah, sehingga komponen yang terlibat dalam sebuah proses komunikasi tidak banyak. Proses tersebut hanya melibatkan seseorang atau kelompok sebagai komunikator dan pihak lain sebagai pendengar. Berbeda halnya dengan saat ini, ketika muncul era reformasi dan timbul berbagai inovasi baik dari kalangan ahli maupun pelaku komunikasi itu sendiri.

Manusia adalah makhluk individu dan makhluk sosial. Dalam hubungannya dengan manusia sebagai makhluk sosial, terkandung suatu maksud bahwa manusia bagaimanapun juga tidak dapat terlepas dari individu yang lain. Secara kodrati, manusia akan selalu hidup bersama. Hidup bersama antarmanusia akan berlangsung dalam berbagai bentuk komunikasi dan situasi yang mempengaruhinya. Komunikasi merupakan proses penyampaian ide, pemikiran, pendapat dan berita ke suatu tempat tujuan serta menimbulkan reaksi umpan balik.

Proses yang mendasar dalam komunikasi adalah penggunaan bersama atau dengan kata lain ada yang memberi informasi (mengirim) dan ada yang menerima informasi. Penggunaan bersama di sini tidak harus yang memberi dan

yang menerima harus saling berhadapan secara langsung, tetapi bisa melalui media lain, seperti tulisan, isyarat, maupun yang berupa kode-kode tertentu yang bisa dipahami. Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi adalah⁷⁹;

1. *Sender*; komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. *Encoding*, penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3. *Message*, pesan yang merupakan seperangkat lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator
4. *Media*, saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. *Decoding*, pengawasan, yaitu proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. *Receiver*, tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
7. *Response*, komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
8. *Feedback*, umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan 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.

⁷⁹ Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*.

Sedangkan jika ditinjau dari sudut tahapannya, proses terbagi menjadi dua tahapan yaitu:

1. Proses Komunikasi secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pemikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain yang menggambarkan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya. Yang kesemuanya itu langsung “mampu menerjemahkan” pikiran perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu dalam bentuk ide, informasi, atau opini baik mengenai hal yang kongkret maupun yang abstrak bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat lampau dan sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang⁸⁰.

2. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama⁸¹.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh dan jumlahnya yang banyak dan menyebar.

⁸⁰ Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*.

⁸¹ Nugraheni, *Komunikasi dan Isu Publik*.

Secara ringkas, proses berlangsungnya komunikasi bisa digambarkan seperti berikut⁸²:

- a. Komunikator (*sender*) yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan itu bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua pihak.
- b. Pesan (message) itu disampaikan atau dibawa melalui suatu media atau saluran baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya berbicara langsung melalui telepon, surat, e-mail, atau media lainnya.
- c. Komunikan (*receiver*) menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti kedua pihak.
- d. Komunikan (*receiver*) memberikan umpan balik (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh si pengirim.

Sedangkan model-model yang diterapkan dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut⁸³:

a. Model Umpan Balik

Istilah umpan balik sering dipergunakan bagi informasi yang didapat kembali oleh sumber dari penerima. Tujuan umpan balik adalah guna menilai pengaruh pesannya, atau untuk melihat sampai seberapa jauhkah si penerima memahami makna yang ada pada diri sumber mengenai pesan yang digunakan bersama.

⁸² Rifda, "Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah."

⁸³ Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*.

b. Model Timbal Balik

Pada model timbal balik, proses komunikasi tidak hanya terbatas pada penerimaan sumber terhadap informasi mengenai pengaruh pesannya (umpan-balik) pada diri penerima. Proses komunikasi ini tidak berhenti sesudah umpan balik, melainkan berbalik kembali ke peserta pertama. Dan pihak pertama ini menyusun pesan yang baru lagi. Jadi lingkarannya akan berulang kembali.

c. Model Memusat

Model komunikasi yang memusat, mirip wujudnya dengan model dua tahap. Akan tetapi, pada model komunikasi yang memusat perubahan arah yang diambil oleh peserta-peserta bergerak melingkar dan adanya pengertian bersama sebagai hasil akhir dalam proses komunikasi. Di sini, pengertian bersama diperlakukan sebagai arah yang ideal atau sebagai hasil akhir yang ideal dalam proses komunikasi

Dalam proses komunikasi, pihak-pihak peserta dalam komunikasi menciptakan pesan-pesan yang berupa informasi, bisa berbentuk pola, isyarat ataupun simbol, dengan harapan akan mengutarakan suatu makna tertentu bagi peserta-peserta lain (penerima).

C. Efektivitas Komunikasi Dakwah

1. Komunikasi Efektif

Untuk memperoleh tujuan komunikasi diperlukan usaha lebih, karena salah satu prinsip dalam berkomunikasi adalah terdapatnya kesulitan-kesulitan pokok dalam mencapai tujuan. Persoalannya bagaimana kita

mengatasi kesulitan-kesulitan tersebut. Ada kualitas umum yang perlu dipertimbangkan guna efektivitas sebuah komunikasi. Steward L Tubbs (dalam Pirol), mengemukakan bahwa komunikasi dapat dikatakan efektif apabila paling tidak menimbulkan lima hal berikut:

- a. Pengertian, Penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti apa yang dimaksud oleh komunikator.
- b. Kesenangan, komunikasi ini juga disebut dengan komunikasi fasis (phatic communication) yang dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan. Komunikasi menjadikan hubungan antarindividu menjadi hangat, akrab, dan menyenangkan.
- c. Pengaruh pada sikap, komunikasi juga sering dilakukan untuk mempengaruhi orang lain, seperti seorang khatib yang ingin membangkitkan sikap keagamaan dan mendorong jamaah dapat beribadah dengan baik, atau seorang politisi yang ingin menciptakan citra yang baik kepada publik pemilihnya, dan lainlain.
- d. Hubungan sosial yang makin baik, komunikasi juga ditunjukkan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat bertahan hidup sendiri, untuk itu manusia selalu berkeinginan untuk berhubungan dengan orang lain secara positif.
- e. Tindakan, Tindakan persuasi dalam komunikasi digunakan untuk mempengaruhi sikap persuasif, juga diperlukan untuk memperoleh tindakan yang dikehendaki komunikator. Dalam hal ini, efektivitas komunikasi biasanya diukur dari tindakan nyata oleh komunikan⁸⁴.

⁸⁴ Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*.

Dakwah merupakan satu upaya dalam mengajak dan merubah satu orang secara khusus dan masyarakat pada umumnya baik dalam aspek afektif, sikap, dan kognitifnya, dari kondisi yang kurang baik kepada kondisi yang paripurna. Secara khusus, dakwah Islam dapat diistilahkan sebagai suatu kegiatan atau aktivitas menyeruh kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran⁸⁵. Berdasarkan penjelasan di atas, maka seberapa besarnya aktivitas dakwah dapat berhasil secara optimal, jika didukung oleh proses komunikasi yang baik dan efektif. Terkait dengan hal ini, maka komunikator yang juga sekaligus merupakan dai juga harus memperhatikan tampilan diri komunikator.

Tidaklah berlebihan jika “Suara hati hanya dapat didengar dengan hati”. Ungkapan ini menggambarkan bahwa jika komunikator ingin menyampaikan sesuatu supaya dapat efektif, maka harus dilakukan dengan penuh perasaan, tumbuh dan timbul dari lubuk hati yang paling dalam, sehingga akan keluar dengan lembut dan hati-hati. Maka, akan sampai juga dengan kelembutan dan kasih sayang pada perasaan sanubari yang paling lembut. Untuk itu, ada beberapa tahapan mengubah dan menggugah dengan hati antara lain:

a. Tahapan “Pra pelaksana” yaitu

- 1) Hati yang tulus
- 2) Penampilan yang bagus
- 3) Tujuan yang fokus

b. Tahap “Pelaksana” yaitu

- 1) Satukan hati dan visualisasi

⁸⁵ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 12.

- 2) Bahasa tubuh dan ekspresi
 - 3) Lengkapi informasi
- c. Tahap “Pasca-Pelaksana” yaitu
- 1) Evaluasi diri
 - 2) Perbaiki diri⁸⁶

Sebagai suatu indikator keberhasilan dari, berikut merupakan faktor-faktor indikasi keberhasilan seorang dai:

a. Kejelasan Tujuan dan Target

Tujuan komunikasi dakwah berdasar pada dua hal pokok, yakni: posisi faktual pengemban dakwah (dalam jamaah dakwah/mad'u) di tengah masyarakat dan sumber daya saing atau nilai/*value*) yang ingin diberikan pengemban dakwah kepada masyarakat⁸⁷. Dalam posisi faktual, jamaah dakwah dapat diukur dengan pendekatan model *Product Lifetime Cycle*, yang meliputi tahapan sebagai berikut:”

- 1) Tahap Lahir, merupakan tahapan di mana, ide, pemikiran, konsep dan eksistensi belum mempunyai “pangsa pasar” yang besar, tetapi mempunyai potensi yang besar.
- 2) Tahap Tumbuh, tahapan di mana, ide, pemikiran, konsep dan eksistensi dikenal dan berhasil melompati “parit” (masa transisi) menjadi standar (*genre*) baru, sehingga pangsa pasar akan tumbuh berkembang. Hal itu, ditandai dengan apresiasi yang akan terus naik.

UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

⁸⁶ Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*.

⁸⁷ Burhanuddin Burhanuddin, “Membangun Pola Komunikasi Dakwah Sebagai Alternatif Mencegah Sikap Intoleransi Beragama,” *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* 21, no. 1 (10 Juli 2019): 19–42, <https://doi.org/10.15408/dakwah.v21i1.11796>.

- 3) Tahap Dewasa, tahap di mana permintaan berada pada posisi maksimal dan tidak lagi mengalami pertumbuhan “pangsa pasar”. “Pasarnya” masih besar, tetapi pertumbuhan stagnan, karena masyarakat sudah mengenal akrab.
- 4) Tahapan Turun, akan terjadi jika ide, pemikiran, konsep, dan eksistensi tidak bisa mempertahankan “pangsa pasar”. Maka yang biasa dilakukan adalah mempertahankan agar eksistensi mad'u dakwah terus tetap ada⁸⁸.

Selain hal tersebut di atas, ada beberapa pendekatan yang harus dilakukan oleh para agen dakwah untuk memastikan bahwa komunikasi yang dilakukan dapat berjalan secara efektif. Yaitu dengan memperhatikan beberapa kriteria yang meliputi kejelasan target audience, strategi pesan, dan strategi media⁸⁹.

b. Kejelasan target audience

Secara prinsip, semakin jelas target audience yang ingin dibidik, maka efek komunikasi akan semakin optimal dan tepat sasaran. Mad'u dakwah harus menyusun dan membuat klasifikasi target *audience*⁹⁰. Dari mereka yang tidak tahu sama sekali tentang esensi Islam, hingga mereka yang tahu, mendukung dan mau terlibat. Inilah yang disebut dengan segmentasi.

c. Strategi pesan

⁸⁸ Markarma, “Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Alquran.”

⁸⁹ Rifda, “Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah.”

⁹⁰ Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*.

Aktivitas komunikasi dikatakan berhasil jika pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan dapat dipahami secara benar oleh target atau sasaran. Untuk itu, paling tidak ada dua hal yang harus dipersiapkan secara matang dalam melakukan pengomunikasian.

- 1) Fokus pesan (*what to say*)
- 2) Cara atau pendekatan dalam menyampaikannya (*how to say*). Semakin sederhana dan simpel pesan yang disampaikan—meski yang disampaikan kompleks, maka semakin besar kemungkinan audience memahaminya. Bukan sebaliknya.

Pesan tersebut, tidak melulu dalam bentuk pesan verbal, bisa juga tulisan, tanda (gambar), visual, bahkan penampilan seseorang. Inilah yang oleh Alex Sobur dalam Semiotika Komunikasi disebut semiotika.

d. Strategi media.

Strategi media merupakan bagian akhir dari proses informasi dan komunikasi yang akan dilakukan. Pemilihan media juga sangat menentukan keberhasilan, efektivitas dan efisiensi komunikasi yang dilakukan. Apakah media elektronik, media cetak, maupun media alternatif (*ambient media*).

Setelah pendekatan-pendekatan tersebut di atas dilakukan, maka selanjutnya yang harus dilakukan oleh komunikasi dakwah agar proses komunikasi berjalan secara efektif adalah dengan memperhatikan faktor “persepsi”. Persepsi didefinisikan sebagai representative obyek eksternal dari proses penyampaian indrawi⁹¹. Jika persepsi kita tidak akurat kita

⁹¹ Mubarak, *Psikologi Dakwah*.

tidak mungkin bisa berkomunikasi secara efektif. Proses mencapai kesepakatan, lazimnya berlangsung secara bertahap karena itu perlu memperhatikan 5 sasaran pokok dalam proses komunikasi, yaitu:

- 1) Membuat pendengar mendengarkan apa yang kita katakan (atau melihat apa yang kita tunjukkan kepada mereka).
- 2) Membuat pendengar memahami apa yang mereka dengar atau lihat.
- 3) Membuat pendengar menyetujui apa yang telah mereka dengar (atau tidak menyetujui apa yang kita katakan, tetapi dengan pemahaman yang benar)
- 4) Membuat pendengar mengambil tindakan yang sesuai dengan maksud kita dan bisa mereka terima “ Memperoleh umpan balik dari pendengar⁹².

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi efektif akan tercapai jika maksud dari pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dipahami dengan baik oleh komunikan, dan komunikasi memberikan umpan balik seperti yang diharapkan oleh komunikator

Orang yang mampu berkomunikasi secara efektif, tidak hanya akan mampu memotivasi orang-orang, akan tetapi juga mampu berbicara di depan umum dalam rangka memberikan informasi, motivasi, membujuk, mengendalikan, atau memberikan instruksi. Secara spesifik, komunikasi efektif akan memiliki manfaat sebagai berikut:

- 1) Dapat menghemat waktu
- 2) Disukai orang

⁹² Budi, *Pengantar Ilmu Komunikasi*.

- 3) Diperhatikan orang
- 4) Memberdayakan orang
- 5) Memotivasi, menjelaskan, meyakinkan, mempengaruhi orang atau kelompok.
- 6) Mengembangkan hubungan secara luas.
- 7) Memperkuat profesionalisme.

Dari penjelasan di atas, dapat dilacak dan diidentifikasi tentang perbedaan komunikasi yang efektif dan tidak efektif dalam aktivitas dakwah. Yaitu melalui beberapa identifikasi sebagai berikut:

Pertama, perbedaan persepsi, hal ini merupakan suatu hambatan komunikasi yang umum dijumpai dalam aktivitas dakwah. Ini mungkin bisa terjadi akibat dari sikap heterogen manusia yang berlatar belakang pengetahuan serta pengalaman yang berbeda, sering menerima pengalaman yang sama, tetapi dalam perspektif yang berbeda, mungkin disebabkan oleh faktor perbedaan bahasa, perbedaan gender, budaya dan lain sebagainya. Dalam konteks ini perlakuan kemampuan para dai dalam mempelajari latar belakang mad'u yang akan diajak berkomunikasi. Di samping itu harus mampu berempati—melihat situasi dari sudut pandang orang lain, dan menunda reaksi sampai mempertimbangkan informasi yang relevan yang akan mengurangi keraguan.

Kedua, reaksi emosional, reaksi ini bisa dalam bentuk marah, benci, mempertahankan persepsi, malu, takut, yang akan mempengaruhi cara dai dalam memahami pesan yang disampaikan pada saat mempengaruhi mad'u. Pendekatan yang terbaik dalam hubungan emosi

adalah menerimanya sebagai dari proses komunikasi dan mencoba untuk memahaminya ketika emosi menimbulkan masalah.

Ketiga, ketidak-konsistenan komunikasi verbal dan nonverbal yaitu mencakup semua stimulus dalam suatu peristiwa komunikasi baik yang dihasilkan oleh manusia maupun lingkungan, dan yang tidak dalam stimulus verbal yang memiliki nilai pasang potensial bagi si pengirim maupun penerima.

Keempat, kecurigaan. Seorang komunikator mempercayai atau mencurigai suatu pesan pada umumnya merupakan fungsi kredibilitas dari pengiriman dan pemikiran dari penerima pesan.”

3. Aturan Komunikasi Efektif

Komunikasi adalah suatu faktor yang penting bagi perkembangan hidup manusia sebagai makhluk sosial. Tanpa mengadakan komunikasi, individu manusia tidak mungkin dapat berkembang dengan normal dalam lingkungan sosialnya. Oleh karenanya tak ada individu manusia yang hidup berkembang tanpa komunikasi dengan manusia lainnya. Komunikasi dakwah dengan mempergunakan bahasa adalah merupakan salah satu bentuk komunikasi yang paling efektif dalam arti proses transmisi perasaan, sikap, kenyataan, kepercayaan, dan cita-cita manusia.

Dalam usaha mengefektifkan komunikasi, Ann Ellenson berdasarkan hasil penelitiannya memberikan pengarahannya yang disebut aturan bagi pelaksanaan komunikasi yaitu:

- a. Usahakan sekuat mungkin agar rintangan-rintangan yang telah stereotipe adalah suatu sikap pandangan yang kaku dan tak dapat berubah terhadap

aspek-aspek kenyataan, khususnya terhadap seseorang atau kelompok sosial yang menghalangi komunikasi yang baik, agar dapat dilenyapkan, misalnya rintangan karena faktor usia, profesi, dan lain sebagainya.

- b. Bahwa mengerti itu berlangsung dua cara: yaitu bilamana saudara ingin dimengerti maka barulah adil jika saudara berusaha mengerti tentang orang lain sebaik-baiknya.
- c. Usahakan untuk mendengarkan dengan hati yang terbuka, dan janganlah memasuki proses komunikasi dengan sikap prasangka sebelumnya.
- d. Usahakan agar pikiran dan pengalaman bisa sejalan dan dapat mengambil keuntungan dari proses komunikasi tersebut.
- e. Berinisiatiflah untuk mencoba menyelesaikan masalah-masalah yang masih kabur.
- f. Jika saudara berusaha mencari kepercayaan dan keyakinan pada orang lain, maka saudara lebih dahulu harus menjadi orang yang berpribadi dapat dipercaya.
- g. Jadilah orang yang dapat mendorong keberanian dan minat orang lain.
- h. Perhatikan dan sambutlah dengan hangat pandangan orang lain.

4. Prinsip Komunikasi Efektif

Prinsip komunikasi efektif dapat berlangsung dengan baik apabila didukung oleh berbagai faktor. Di antaranya adalah kita paham tentang prinsip-prinsip serta teknik berkomunikasi secara efektif. Setidaknya ada dua prinsip dalam komunikasi efektif antara lain dapat kita tinjau dari:

a. Prinsip berbicara efektif

Prinsip ini lebih menekankan bagaimana berbicara dapat mempengaruhi orang lain. Artinya, proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan secara verbal, sampai pada sasaran. Indikasinya adalah jelas artikulasinya, hemat kata-kata, bahasa yang mudah dimengerti, suara yang enak untuk didengar dan dirasakan. Sebuah komunikasi, dapat dikatakan efektif apabila menarik untuk didengar, sasaran tercapai Instruktif, informatif, ajakan atau imbauan, argumentatif dan klarifikatif. Teknik berbicara yang efektif tersebut dapat dilakukan sebagai berikut.

- 1) Menarik napas dalam-dalam sebelum memulai berbicara.
- 2) Mengatur volume bicara agar lebih keras daripada biasanya. Caranya dengan mengatur, agar suara dapat didengar oleh jajaran orang yang duduk atau berdiri paling jauh dari tempat kita berbicara.
- 3) Menggunakan kata-kata sehari-hari, yang dikenal oleh pendengar. Orang akan tertarik pada pembicaraan yang menggunakan katakata yang akrab di telinganya daripada kata-kata yang tidak dimengerti (misalnya istilah-istilah dalam bahasa asing). Layangkan pandangan ke seluruh pendengar.

b. Mendengar dengan aktif

Ada ungkapan yang mengatakan: “Kalau kita ingin didengar orang maka belajarliah menjadi pendengar yang baik”. Tampaknya, ungkapan ini sangat sesuai dengan bahasan ini. Mendengar adalah hal yang utama dalam berkomunikasi, mendengar dengan aktif berarti mendengar untuk

mengerti apa yang dikatakan di balik pesan. Ada beberapa tips/cara untuk mendengar secara aktif yaitu:

- 1) Mendengar aktif, dengan menangkap ungkapan nonverbal sebaik isyarat/petunjuk verbal. Artinya, pada saat mendengarkan dengan aktif penerima akan mendapatkan umpan balik dengan menguraikan sendiri melalui kata-katanya tentang pesan yang disampaikan oleh pengirim, dan mengulang kembali dengan caranya sendiri.
- 2) Penerima pesan mengecek kembali, yaitu apa yang ada di balik pesan yang diterimanya untuk mengerti pesan apa yang sesungguhnya diterima.
- 3) Gambaran perilaku ini merupakan gambaran individual yang sangat spesifik, kegiatan pengamatan kepada orang lain tanpa membuat keputusan atau generalisasi tentang latar belakang, orangnya, atau sifatnya.

Teknik mendengar efektif dapat membantu dan memastikan para komunikator mempunyai informasi yang akurat. Memastikan bahwa kualitas informasi yang baik tidak hanya merupakan tantangan dalam komunikasi. Keduanya, baik pengirim maupun penerima ingin memastikan bahwa mereka mempunyai kualitas ketepatan dari informasi yang benar.

Dalam hal ini, Brownell menyatakan bahwa efektivitas mendengarkan dapat dimengerti melalui indikator perilaku bahwa seseorang merasa berhubungan dengan mendengarkan secara efektif, sebagaimana orang-orang merasa berhubungan dengan mendengarkan

efektif dalam enam unsur yang dikenal dengan HURIER (Hearing, Understand, Remembering, Interpreting, Evaluating, and Responding).

5. Hukum Komunikasi Efektif

Ada beberapa “Hukum Prinsip Dasar” yang harus kita perhatikan dalam berkomunikasi agar bisa berjalan secara efektif. Hukum-hukum tersebut dapat dirangkum dalam satu kata, yaitu REACH (Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble), yang berarti merengkuh atau meraih. Penjelasananya adalah:

a. *Respect*

Respect merupakan sikap hormat dan sikap menghargai terhadap lawan bicara kita. Kita harus memiliki sikap [attitude] menghormati dan menghargai lawan bicara kita karena pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting. Jika kita bahkan harus mengkritik seseorang, lakukan dengan penuh respek terhadap harga diri dan kebanggaan orang tersebut. Samuel Johnson mengatakan bahwa “*There will be no RESPECT without TRUST, and there is no trust without INTEGRITY*”

b. Empati

Empati yaitu kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Rasa empati akan memungkinkan kita untuk dapat menyampaikan pesan (*message*) dengan cara dan sikap yang akan memudahkan penerima pesan (*receiver*) menerimanya. Jadi, sebelum kita membangun komunikasi atau mengirimkan pesan, kita perlu mengerti dan memahami dengan empati calon penerima pesan kita. Sehingga nantinya pesan kita akan dapat

tersampaikan tanpa ada halangan psikologis atau penolakan dari penerima.

Prinsip dasar dari hukum kedua ini adalah:

"Perlakukan orang lain seperti Anda ingin diperlakukan." ("Seek first to understand then be understood to build the skills of empathetic listening that inspires openness and trust.") (Stephen Covey)..

Empati bisa juga berarti kemampuan untuk mendengar dan bersikap perseptif atau siap menerima masukan ataupun umpan balik apa pun dengan sikap yang positif. Banyak sekali dari kita yang tidak mau mendengarkan saran, masukan, apalagi kritik dari orang lain. Padahal esensi dari komunikasi adalah aliran dua arah. Komunikasi satu arah tidak akan efektif manakala tidak ada umpan balik (feedback) yang merupakan arus balik dari penerima pesan.

c. Audible

Makna dari audible antara lain: dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Kunci utama untuk dapat menerapkan hukum ini dalam mengirimkan pesan adalah:

- 1) Buat pesan Anda mudah untuk dimengerti
- 2) Fokus pada informasi yang penting
- 3) Gunakan ilustrasi untuk membantu memperjelas isi dari pesan tersebut
- 4) Taruhlah perhatian pada fasilitas yang ada dan lingkungan di sekitar Anda
- 5) Antisipasi kemungkinan masalah yang akan muncul
- 6) Selalu menyiapkan rencana atau pesan cadangan (*backup*)

d. Kejelasan dari pesan yang kita sampaikan (*Clarity*)

Pesan yang ingin disampaikan harus jelas sehingga tidak menimbulkan multi-interpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan. *Clarity* juga sangat bergantung pada kualitas suara kita dan bahasa yang kita gunakan. Penggunaan bahasa yang tidak dimengerti, akan membuat isi dari pesan kita tidak dapat mencapai tujuannya. Sering orang menganggap remeh pentingnya *clarity*, sehingga tidak menaruh perhatian pada suara (*voice*) dan kata-kata yang dipilih untuk digunakan.

e. Sikap rendah hati (*Humbel*)

Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan hukum pertama untuk membangun rasa menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang kita miliki. Kerendahan hati juga bisa berarti tidak sombong dan menganggap diri penting ketika kita berbicara. Justru dengan kerendahan hatilah kita dapat menangkap perhatian dan respons yang positif dari si penerima pesan.

Demikian beberapa uraian yang harus diperhatikan tentang bagaimana seharusnya komunikasi dan komunikasi dakwah dapat berjalan secara efektif sesuai dengan tujuannya.

D. Green Campus: Sebuah Konsep Teori

1. Antara *Environmentalisme* dan *Sustainable Development*

a. *Environmentalisme*

Berbicara mengenai perlindungan lingkungan, tidak akan lepas membicarakan tentang *environmentalisme*. *Environmentalisme*

merupakan suatu filosofi, ideologi, gerakan sosial dan politik, bahkan juga etika yang membahas mengenai upaya-upaya dalam mempertahankan kesehatan lingkungan hidup, khususnya pada lingkungan non manusia (baca: sumber daya alam). Paham ini menekankan bahwa lingkungan non manusia juga harus mendapatkan hak yang sama sebagaimana manusia. Dalam artian, hak terkait perlakuan yang layak dalam aspek kebijakan politik, ekonomi, dan sosial.

Environmentalisme mendukung pelestarian, restorasi dan atau perbaikan lingkungan alam, dan dapat sering lebih dikenal sebagai gerakan-gerakan untuk mengendalikan pencemaran lingkungan atau perlindungan keanekaragaman satwa dan fauna. Untuk tujuan tersebut, konsep-konsep etika seperti etika lingkungan, *land ethic* (etika penggunaan tanah), *biodiversity*, *ecology*, and *the biophilia hypothesis*, kerap digunakan sebagai landasan konsep pergerakan.

Pada intinya, *environmentalisme* adalah upaya untuk menyeimbangkan hubungan antara manusia dan berbagai sistem alam dimana mereka saling bergantung sedemikian rupa sehingga semua komponen berada dalam suatu tingkat yang dianggap berkelanjutan. Namun, terdapat berbagai bentuk kontroversi pilihan tujuan yang diambil dan ada banyak cara yang berbeda ketika dipraktekkan. Lingkungan hidup dan masalah lingkungan sering direpresentasikan dengan warna hijau (*green*), tetapi asosiasi warna ini telah sering diambil oleh dunia industri sebagai taktik pemasaran, taktik ini kemudian dikenal sebagai *greenwashing*. *Environmentalisme* ditentang oleh *anti-*

environmentalisme, yang berpendapat bahwa Bumi kita tidak terlalu rapuh sebagaimana sering dikampanyekan oleh kelompok-kelompok pencinta lingkungan. *Anti-environmentalisme* berpendapat bahwa pencinta lingkungan hidup bereaksi secara berlebihan dengan menuduh kontribusi manusia sangat besar terhadap perubahan iklim atau menuduh kelompok pencinta lingkungan menghambat upaya-upaya kemajuan peradaban manusia (Rowel, 1996).

Secara umum, para *environmentalis* banyak memperjuangkan pengelolaan sumberdaya alam secara berkelanjutan dan bahkan melakukan restorasi, melalui perubahan-perubahan kebijakan publik atau perilaku individu. Sementara *environmentalisme* lebih berfokus pada aspek lingkungan dan alam yang berhubungan dengan ideologi hijau dan politik, *ecologism* (ekologisme) adalah istilah yang menggabungkan ideologi ekologi sosial dan lingkungan hidup. Ekologisme adalah suatu istilah yang lebih umum digunakan di benua Eropa sementara *environmentalisme* lebih umum digunakan di tanah Inggris di samping juga memiliki konotasi yang sedikit berbeda.

Dalam setengah abad terakhir, pemikiran dan gerakan *environmentalisme* telah berpengaruh signifikan dalam mengoreksi pandangan manusia di dunia termasuk menggeser arah kebijakan pembangunan seluruh negara di dunia. Kepedulian terhadap persoalan lingkungan telah semakin dimengerti dan semua negara di dunia memiliki lembaga, departemen atau kementerian untuk pengendalian dan pengelolaan lingkungan hidup. Gerakan kepedulian pada lingkungan

mendapat banyak dukungan dari perkembangan ilmu-ilmu lingkungan di perguruan tinggi. Dunia akademik dan lembaga-lembaga ilmiah di seluruh dunia berkontribusi melalui pengembangan ilmu, riset dan pendidikan yang membuka wawasan generasi penerus di seluruh dunia.

b. *Climate Change*

Permasalahan serius terkait polusi lingkungan global dan kelangkaan energi terus meningkat dari tahun ke tahun. Dampak pemanasan global mulai dirasakan, tidak hanya dirasakan oleh hampir seluruh penduduk bumi, namun juga makhluk hidup lainnya dan bahkan berisiko terhadap keanekaragaman hayati baik secara global maupun regional (Oppenheimer *etal.* 2014; O'Neill *et al.* 2017). Mulai dari naiknya permukaan laut sampai longsornya gletser, mulai dari meningkatnya frekuensi cuaca ekstrem yang buruk sampai laut yang menghangat. Semua gejala-gejala tersebut mulai terjadi di depan mata. Di sisi lain, keamanan pangan mulai terganggu, sumber daya air mulai langka dan mulai terjadi kasus kematian terkait cuaca panas yang ekstrem. Tahun-tahun dengan musim panas dan musim kering yang ekstrem mulai mengancam populasi makhluk hidup.

Berbagai upaya dalam rangka mengantisipasi dampak buruk ini mulai banyak dilakukan. *Paris Agreement* yang memuat tentang batas rata-rata suhu global yang seharusnya di bawah 2 derajat celsius, tampaknya belum berhasil karena ternyata iklim nasional kita meningkat rata-rata sekitar 3.2 derajat celsius. Peningkatan suhu ini terbukti berdampak buruk bagi seluruh makhluk hidup yang tinggal di bumi.

Berbagai upaya yang seharusnya dilakukan untuk mengantisipasi dampak buruk tersebut antara lain:

- 1) Mengurangi emisi gas rumah kaca global. Penggunaan energi berbasis fosil terutama batubara, minyak dan gas harus segera dialihkan ke biofuel dan energi lainnya yang lebih ramah lingkungan.
- 2) Mengonsumsi energi secara efisien.
- 3) Melakukan perencanaan konservasi yang didasarkan pada kondisi perkiraan iklim di masa datang. Terutama untuk kawasan yang masih memiliki hutan dan ruang terbuka hijau yang masih baik dan terjaga.
- 4) Meningkatkan kepedulian bagi tiap kalangan dan individu terhadap upaya untuk mengurangi dampak pemanasan global. Setiap orang harus peduli dan memegang peranannya masing-masing untuk terlibat dalam pencegahan dampak perubahan iklim

Perubahan iklim bukanlah tantangan dan ancaman yang dihadapi oleh sebagian negara atau sebagian wilayah. Seluruh wilayah di dunia akan terkena dampaknya. Walau isu perubahan iklim lebih sering dibicarakan dalam konteks global, namun tidak dapat dipungkiri bahwa peran sekecil apapun dari berbagai kalangan atau *stakeholder* perlu diupayakan dalam mengantisipasi dampak yang ditimbulkan. Salah satunya adalah kalangan akademisi di tingkat pendidikan tinggi (universitas atau kampus).

Agustus 2009 tentang *North Africa: The Impact of Climate Change to 2030 (Selected Countries)*. Di dalam laporan tersebut dikatakan bahwa melalui proyeksi model yang tersedia bagi wilayah

Afrika Utara mengindikasikan adanya kenaikan temperatur selama 20 tahun mendatang yang kemungkinan akan terus berlangsung sepanjang abad ke 21, dengan kemungkinan rata-rata suhu yang lebih tinggi dari rata-rata perkiraan suhu global. Perubahan iklim akan menyebabkan berbagai variasi dalam hal pola curah hujan, walaupun kecenderungannya masih belum pasti, karena sebagian model memprediksikan kenaikan sedangkan prediksi lainnya menunjukkan adanya penurunan dalam jumlah curah hujan tahunan. Dari laporan ini diperoleh informasi bahwa dampak paling signifikan dari perubahan iklim di Afrika (Maroko, Algeria, Tunisia, Libia, dan Mesir) antara lain: (1) *Water resources stress*, (2) *Agriculture*, (3) *Migration*, (4) *Natural disasters*, (5) *Tourism*, dan (6) *Energy*

Dalam rangka mengantisipasi dampak perubahan iklim di Afrika Utara, beberapa inisiatif dari perguruan tinggi dan program-program ilmiah menghasilkan tenaga keilmuan dengan kemampuan teruji sekaligus melaksanakan penelitian untuk menggalakkan pemanfaatan energi terbarukan bagi pembangunan berkelanjutan. Wilayah Afrika Utara memang merupakan wilayah paling terdampak perubahan iklim karena fitur ekologis dan geografisnya. Situasi ini diperburuk dengan interaksi antara ekonomi dan sumber tekanan sosial dan ditambah lagi dengan kemampuan adaptasi yang rendah.

Namun ironisnya di tahun 2013, ketika UI menyelenggarakan UI *GreenMetric World University Ranking* untuk aktivitas inisiatif keberlanjutan, hanya ada tiga universitas di Afrika Utara yang turut serta

yaitu American University in Cairo (101), Kafrelsheikh University in Egypt (130), dan Cadi Ayyad University in Morocco (284). Dan kini meningkat menjadi 12 kampus yang turut berpartisipasi di tahun 2018. Jumlah ini tentu masih tergolong sedikit untuk seluruh benua yang sedang terancam dampak perubahan iklim.

c. *Sustainable Development*

Menurut Grober (2007), ide pembangunan berkelanjutan berakar pada ide-ide tentang pengelolaan hutan lestari yang dikembangkan di Eropa selama abad 17 dan 18. Berbagai gerakan lingkungan berkembang memberi perhatian pada adanya hubungan antara pertumbuhan ekonomi dan pembangunan dengan degradasi lingkungan. Esai Kenneth E. Boulding berjudul *The Economics of the Coming Spaceship Earth* mengidentifikasi kebutuhan untuk sistem ekonomi agar sesuai dengan sistem ekologi yang sumberdayanya terbatas. Salah satu penggunaan istilah “berkelanjutan” secara kontemporer adalah sebagaimana yang digunakan oleh *Club of Rome* di tahun 1972 dalam laporan klasiknya *The Limits to Growth*, yang ditulis oleh sekelompok ilmuwan yang dipimpin oleh Dennis dan Donella Meadows dari Massachusetts Institute of Technology. Laporan ini menggambarkan "keadaan keseimbangan global" (*the state of global equilibrium*) yang diinginkan. Tim penulis mengatakan: "*We are searching for a model output that represents a world sistem that is sustainable without sudden and uncontrolled collapse and capable of satisfying the basic material requirements of all of its people*".

Pada tahun 1980 *the International Union for the Conservation of Nature* (IUCN) menerbitkan strategi konservasi dunia yang termasuk salah satu referensi pertama yang merujuk pembangunan berkelanjutan sebagai prioritas global (IUCN, 1980). Dua tahun kemudian, *United Nation World Charter for Nature* mengangkat lima prinsip konservasi yang memberi pedoman dan penilaian tentang bagaimana manusia mempengaruhi alam. Pada tahun 1987 *United Nations World Commission on Environment and Development* (UN-WCED) merilis laporan *Our Common Future* yang biasa disebut sebagai laporan Brundtland. Laporan itu mencakup apa yang sekarang menjadi salah satu definisi yang paling dikenal luas tentang pembangunan berkelanjutan.

Dengan demikian, *Sustainable development* atau pembangunan berkelanjutan untuk pertama kali dipopulerkan dan didefinisikan dalam Laporan Brundtland tersebut sebagai "pembangunan yang memenuhi kebutuhan dan aspirasi generasi sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri" (WCED, 1987). Pembangunan berkelanjutan adalah prinsip untuk mengelola sumberdaya terbatas yang diperlukan untuk menyediakan kebutuhan generasi masa depan kehidupan di planet ini secara berkelanjutan. Ini adalah proses yang berorientasi ke keadaan di masa datang yang diinginkan manusia dimana kondisi hidup dan sumberdaya digunakan terus memenuhi kebutuhan manusia tanpa merusak "integritas, stabilitas, dan keindahan" dari sistem biotik alami (Butlin, 1989).

Prinsip-prinsip dalam *sustainable development* antara lain:

- 1) *Futurity*: manusia seharusnya tidak melakukan aktivitas di masa sekarang yang dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan di masa depan kecuali sumber daya lingkungannya yang digunakan dalam aktivitas tersebut terus tersedia dan diganti apabila habis.
- 2) *Equity*: generasi sekarang hendaknya lebih memiliki kesetaraan dalam mengakses modal lingkungan dan hendaknya berbagi akibat dan manfaat dari aktivitas manusia (contoh polusi, perawatan kesehatan) secara seimbang (Mitchell, 1995). Karena jika manusia tidak punya akses yang setara terhadap sumber daya dan jasa lingkungan, hal ini akan menyebabkan kerusakan lingkungan.
- 3) *Public Participation*: hal ini merupakan aspek yang penting dipertimbangkan dalam sistem pemerintahan yang demokratis seperti yang banyak diterapkan di zaman ini, dalam membangun dunia, khususnya saat masih dalam proses penyusunan pekerjaan untuk pelayanan publik
- 4) *Environment*: prinsip lingkungan mengakui nilai ekosistem sebagai sumberdaya yang berharga yang harus dikonservasi karena manusia mendapat manfaat dari penggunaannya dan karena ekosistem memiliki nilai hakiki melebihi manfaat sumberdaya manusia sehingga menuntut upaya perlindungan (Mitchell, 1995).

2. Pentingnya *Green Campus*

Urgensi dan target dari *green campus* ialah dapat menyadarkan semua *civitas academica* serta dengan segala tenaga kependidikan dan semua masyarakat yang ada di sekitar kampus untuk berperilaku ramah terhadap

lingkungan. Sehingga hal tersebut akan memberikan dampak nyata, sebagai berikut:

- a. *Security/safety*: masyarakat kampus, yaitu civitas academica dan staf kependidikan dapat menjalankan kegiatannya tanpa takut terhadap gangguan baik gangguan buatan manusia /alami.
- b. *Comfortability*: menyediakan kesempatan setiap elemen masyarakat kampus mengartikulasikan nilai sosial budaya dalam keadaan damai.
- c. *Productivity*: Menyediakan infrstruktur yang efektif – efisien, memfasilitasi proses ekonomi produksi & distribusi dalam meningkatkan nilai tambah, untuk mencapai kesejahteraan masyarakat kampus, serta meningkatkan daya saing.
- d. *Sustainability*: Menyediakan kualitas lingkungan yang lebih baik bagi generasi saat ini tetapi untuk generasi yang akan datang.

3. Konsep Dasar *Green Campus*

Konsep hijau (*green concept*) sendiri memberi perhatian penuh pada konsep penghematan, yaitu penghematan lahan, penghematan bahan, dan penghematan energi (*saving land, saving material, and saving energy*). Hal ini tentu didasarkan pada konsep ekosistem. Artinya, pembangunan apa pun sebaiknya mengacu pada kondisi ekosistemnya baik dari kondisi biologisnya (biotik – tumbuhan, tanaman, hewan, satwa liar, manusia termasuk semua makhluk hidup yang ada di dalamnya), maupun kondisi fisiknya (abiotic) seperti tanah, air dan udara.

Pada tataran wilayah maka muncullah istilah *eco-campus*, *eco-village*, *eco-city*, dan lain-lain. Ketika respon suatu ekosistem memiliki kelentingan (*resilient*) pada perubahan lingkungan maka wilayah tersebut bisa memiliki jaminan keberlanjutan, baik keberlanjutan ekologis (lingkungan bio-fisik), keberlanjutan ekonomis, maupun keberlanjutan kultural (sosial budaya). Pada tingkat ini akan muncul *sustainable campus*, *sustainable city* dan lain sebagainya.

Dengan analogi pada pengembangan kota hijau, kota yang sehat secara ekologis (*the Green City Vision*, 2008), maka dalam mewujudkan kampus hijau kita perlu juga melakukan:

- a. Mengkampanyakan kegiatan dengan berjalan kaki, bersepeda, menggunakan moda transportasi umum, dan angkutan massal bagi pengembangan *green transportation*.
- b. Mengembangkan teknologi energi terbarukan bagi *green building* dan *green business*, misal menerapkan penggunaan *solar energy* untuk sumber penarangan jalan, penerangan taman-tama, dan lain-lain.
- c. Merestorasi lingkungan dan lanskap kampus, memberdayakan keberadaan RTH dan RTB, misalnya mempraktekkan pembangunan taman- taman/kebun-kebun/pertanian organic yang ramah lingkungan, menggunakan jenis-jenis tanaman lokal, mengusung RTH dan RTB sebagai media dalam jasa lanskap, atau jasa ekosistem, atau jasa lingkungan.
- d. Melakukan gerakan-gerakan yang berwawasan lingkungan antara lain mempraktekkan pemilihan sampah dan melakukan pengolahannya di

dalam kampus. Dalam hal ini tidak kalah penting bukan hanya penyediaan infrastruktur dan fasilitasnya saja tetapi dilakukan *building capacity* nya.

- e. Pemahaman konsep dan filosofi hijau selayaknya dikenalkan sebelum gerakan dimulai. Tidak sebentar, kadang-kadang memerlukan waktu yang cukup lama meski pun *civitas academica* berada di lingkungan intelek, berpendidikan dan berbudaya. Tetapi perubahan perilaku, kebiasaan, tata-cara tetap membutuhkan pemahaman dan persepsi yang sama, preferensi yang sama, dan tindakan yang sama. Sehingga etika dan norma yang ditegakkan akan memiliki nilai-nilai yang bermakna dalam mengungkap konsep hijau, khususnya menterjemahkan konsep hubungan manusia dengan alam/lingkungannya. Sosialisasi melalui peraturan, selebaran, spanduk, video papan-papan pengumuman yang bersifat persuasive secara sederhana. Praktik demikian perlu dilakukan secara bertahap dan memakan waktu. Hal tersebut bisa dilakukan secara simultan dengan inisiasi implementasi program.

E. Mengenal Kriteria *Green Campus*

1. United Nation Environmental Program (UNEP)

Lembaga UNEP sudah membuat beberapa kriteria dan contoh perguruan tinggi yang sudah melakukan usaha Green Campus. Kriteria ini disusun berdasarkan pengalaman pada beberapa perguruan tinggi di dunia. Dalam memilih indikator apa yang harus dikelola UNEP menekankan

pentingnya mengetahui terlebih dahulu target keberlanjutan apa yang ingin dilakukan oleh perguruan tinggi masing-masing.

Indikator penilaian perlu dibuat dan dikelompokkan untuk mengukur indeks lingkungan pada perguruan tinggi-masing-masing. Indikator yang diukur sebaiknya indikator – indikator yang sudah umum digunakan pada level nasional atau sektor lainnya sehingga mudah dalam membandingkan hasilnya sebagai pelajaran bersama. Hal-hal yang umum penggunaan air, bahan bakar, pupuk, *biodiversity*, tanah dan aspek-aspek umum lainnya.

Mengenai aspek biofisik dan isu keberlanjutan program *Green Campus* pada perguruan tinggi secara umum dapat diringkas menjadi empat (4) hal yaitu penggunaan energi, air, lahan dan aliran material. Isu perubahan iklim bisa terkait dengan semua aspek tapi untuk memudahkan bisa dibuat pada kelompok energi, karbon dan perubahan iklim.

2. UI *Green Metric*

UI *Green Metric World University Ranking* dikembangkan untuk mengukur upaya terkait keberlanjutan di lingkungan kampus. Tujuan utamanya adalah untuk melakukan survai secara daring agar bisa menggambarkan program-program dan kebijakan-kebijakan terkait keberlanjutan di universitas di seluruh dunia.

Kriteria dan Indikator yang digunakan dalam mengukur terkait program keberlanjutan di lingkungan kampus antara lain:

a. *Setting and Infrastructure (SI) (15%)*

Setting dan infrastruktur kampus akan memberi informasi mendasar terkait kebijakan universitas terhadap lingkungan hijau. Indikator ini juga

menunjukkan apakah kampus pantas untuk disebut sebagai kampus hijau atau Green Campus. Tujuannya adalah untuk memicu keikutsertaan kampus untuk menyediakan ruang untuk penghijauan dan penjagaan lingkungan dan juga mengembangkan energi yang berkelanjutan.

Masing-masing indikatornya adalah:

- 1) Ratio area ruang terbuka terhadap total area
- 2) Area di kampus yang tertutup hutan
- 3) Area di kampus yang tertutup vegetasi yang ditanam
- 4) Area di kampus untuk penyerapan air
- 5) Total Area ruang terbuka dibagi total populasi kampus
- 6) Anggaran universitas untuk upaya berkelanjutan

b. *Energy and Climate Change (EC) (21%)*

Perhatian kampus terhadap penggunaan energy dan isu perubahan iklim memegang bobot tertinggi dalam pemringkatan. Indikator yang diukur antara lain: *energy efficient appliances usage, renewable energy usage policy, total electricity use, energy conservation program, green building, climate change adaptation and mitigation program, greenhouse gas emission reductions policy.*

Indikatornya adalah:

- 1) Peralatan efisien energy menggantikan peralatan konvensional
- 2) Implementasi bangunan cerdas
- 3) Jumlah sumber energy terbarukan di kampus
- 4) Total penggunaan listrik dibagi total populasi kampus (kWh per person)
- 5) Ratio energi terbarukan yang dihasilkan terhadap penggunaan energi

6) Elemen-elemen implementasi green building yang tercermin di semua kebijakan renovasi dan konstruksi.

c. Waste (WS) (18%)

Aktivitas daur ulang dan pengolahan limbah adalah faktor utama dalam menciptakan lingkungan berkelanjutan.

Indikatornya adalah:

- 1) Program daur ulang untuk limbah kampus
- 2) Program mengurangi penggunaan kertas dan plastic di kampus
- 3) Pengolahan sampah organik
- 4) Pengolahan sampah anorganik
- 5) Penanganan limbah beracun
- 6) Pembuangan limbah

d. Water (WR) (10%)

Tujuannya adalah bahwa kampus dapat menurunkan penggunaan air, meningkatkan program konservasi dan melindungi habitat.

Indikatornya adalah:

- 1) Implementasi program konservasi air
- 2) Implementasi program daur ulang air
- 3) Penggunaan peralatan efisien air (keran, toilet flush, dll)
- 4) Konsumsi air olahan

e. Transportation (TR) (18%)

Sistem transportasi memegang peranan penting untuk tingkat polutan dan emisi karbon di lingkungan kampus. Kebijakan transportasi untuk membatasi jumlah kendaraan bermotor, penggunaan bus kampus dan

sepeda akan mendorong terciptanya lingkungan yang lebih sehat. Kebijakan pedestrian akan memicu mahasiswa dan staf untuk mau berjalan mengelilingi kampus dan menghindari penggunaan kendaraan pribadi. Penggunaan transportasi publik ramah lingkungan akan menurunkan jejak karbon di sekitar kampus.

Indikatornya adalah:

- 1) Rasio total kendaraan (mobil dan motor roda dua) dibagi populasi total kampus
- 2) Shuttle service
- 3) Kebijakan kendaraan nol emisi / Zero Emission Vehicles (ZEV) di kampus
- 4) Rasio Zero Emission Vehicles (ZEV) dibagi total populasi kampus
- 5) Rasio area parkir terhadap area total kampus
- 6) Program transportasi didisain untuk membatasi atau menurunkan area parkir di kampus untuk 3 tahun terakhir (dari 2015 ke 2017)
- 7) Jumlah inisiatif transportasi untuk menurunkan kendaraan pribadi di kampus
- 8) Kebijakan jalur pedestrian di kampus

f. *Education and Research (ED) (18%)*

Kriteria ini didasarkan pada pemikiran bahwa kampus memiliki peran penting dalam menciptakan generasi baru yang peduli terhadap isu keberlanjutan.

Indikatornya adalah:

- 1) Rasio materi keberlanjutan terhadap total seluruh mata kuliah

- 2) Rasio pendanaan penelitian keberlanjutan terhadap total pendanaan penelitian
- 3) Jumlah publikasi ilmiah tentang lingkungan dan keberlanjutan yang dipublikasikan
- 4) Jumlah event ilmiah terkait lingkungan dan keberlanjutan
- 5) Jumlah organisasi mahasiswa terkait lingkungan dan keberlanjutan
- 6) Adanya website terkait keberlanjutan yang dibuat oleh kampus
- 7) Adanya laporan/raport keberlanjutan yang dipublikasikan

3. KLHK: Indikator *Green Publik Facilities*

Kementerian Negara Lingkungan Hidup atau sekarang Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, pada tahun 2011 sudah membuat Pedoman pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pedoman ini secara lengkap sudah menyusun langkah dan mekanisme kegiatan CSR.

Kementerian Lingkungan Hidup (KLHK) sudah membuat beberapa alternatif terkait kegiatan CSR yang bisa dilakukan. Ada tujuh (7) kegiatan CSR yang dapat dipilih tapi bisa juga ada alternative lain. Tujuh alternative kegiatan CSR yang disebutkan oleh KLHK merupakan prinsip kegiatan dan prinsip-prinsip tersebut sudah didetilkkan sampai pada indikator hasil yang terukur.

4. *Green Building Council Indonesia (GBCI)*

Dewasa ini wacana status *Green Building* telah makin menggema di masyarakat Indonesia. Berbagai instansi pemerintah dan swasta berlomba agar rancangan gedung yang akan dibangunnya memenuhi syarat sebagai sebuah *Green Building*. Status gedung ramah lingkungan mencakup beberapa

aspek, yaitu ruang terbuka di sekelilingnya, penggunaan energi listrik, material penyusun, pengelolaan limbah di dalamnya, konsumsi air dan bahkan termasuk perencanaan, pembangunan, fase operasional, pemeliharaan, renovasi hingga pembongkarannya kelak. Selain gedung baru yang akan dibangun, predikat *Green Building* dapat juga disematkan pada gedung yang sudah ada atau sudah terbangun (*existing building*) asalkan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Institusi yang melakukan penilaian (*assessment*) terhadap sebuah gedung atau rancangan gedung guna memperoleh predikat *Green Building* di Indonesia adalah Green Building Council Indonesia (GBCI). Namun demikian, penilaian dapat juga dilakukan oleh seseorang yang tidak berstatus sebagai asesor resmi GBCI berdasarkan kriteria yang ada (sistem *rating*).

Sistem *rating* dipersiapkan dan disusun oleh *Green Building Council* yang ada di negara-negara yang tergabung dalam WGBC. Di Indonesia sistem *rating* menggunakan sistem poin yang disebut GREENSHIP. Sistem *rating* ini disusun bersama-sama dengan keterlibatan *stakeholder* dari professional, industri, pemerintah, akademisi dan organisasi lain di Indonesia. Dalam penyusunannya, GBCI juga bekerjasama dengan *Green Building Index* (GBI) dalam bentuk penyusunan sistem pelatihan professional di bidang *Green Building* (GREENSHIP professional). Beberapa prinsip yang dipergunakan dalam penyusunan GREENSHIP antara lain (Fachrudin, 2013):

- a. Sederhana (*simplicity*)
- b. Dapat dan mudah untuk diimplementasikan (*applicable*)

- c. Teknologi yang tersedia (*available technology*)
- d. Menggunakan kriteria dengan sistem poin yang sesuai dengan standar lokal.

Kategori pada GREENSHIP, yaitu kriteria sistem *rating* bisa diimplementasikan bagi bangunan baru (*new building*), bangunan yang telah terbangun (*existing building*), bangunan rumah (*homes*), ruang dalam bangunan (*interior space*) dimana terdapat enam (6) kriteria utama atau tolok ukur, yaitu:

- a. *Appropriate Site Development* (ASD) atau Tepat Guna Lahan
- b. *Energy Efficiency and Conservation* (EEC) atau Efisiensi dan Konservasi Energi
- c. *Water Conservation* (WAC) atau Konservasi Air
- d. *Material Resources and Cycle* (MRC) atau Sumber dan Siklus Material
- e. *Indoor Health and Comfort* (IHC) atau Kualitas Udara dan Kenyamanan Udara Dalam Ruang
- f. *Building Environment Management* (BEM) atau Manajemen Lingkungan Bangunan.

Masing-masing kriteria utama kemudian dirinci lagi menjadi kriteria turunan, seperti disajikan dalam Tabel 6. Nilai atau skor untuk tiap tolok ukur turunan ini dapat dilihat secara lengkap dalam “GreenShip Rating Tools” untuk Gedung Terbangun Versi 1.1. tahun 2016 dari GBCI (Green Building Council Indonesia).

Untuk gedung baru (*new building*) atau gedung yang akan dibangun atau sedang direncanakan, tolok ukur utama dan turunannya disajikan dalam Tabel 7.

Tabel 6. Tolok ukur utama dan turunan dari green building sesuai GBCI untuk bangunan yang sudah ada (*existing building, EB*) versi 1.1

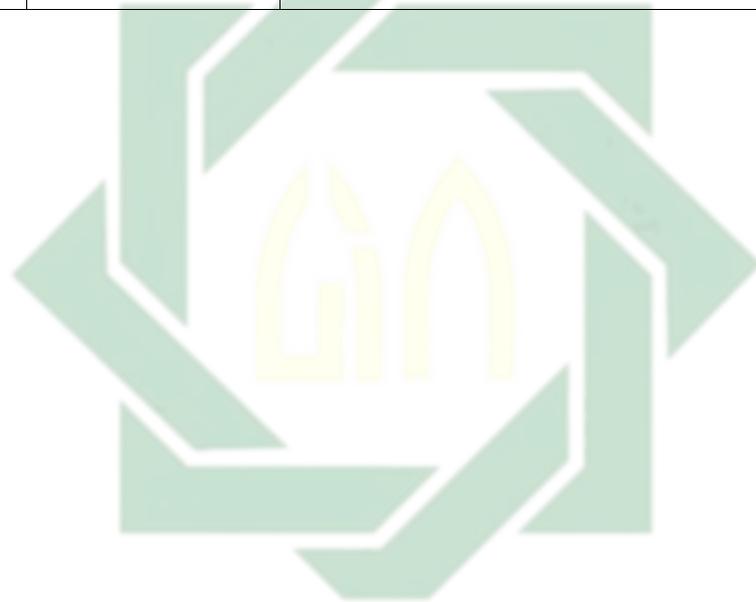
No	Tolok ukur	Prasyarat dan tolok ukur turunan
1	<i>Appropriate Site Development</i> (ASD)	Prasyarat: <i>Site Management Policy, Motor Vehicle Reduction Policy</i> Tolok ukur turunan: <i>Community Accessibility, Motor Vehicle Reduction, Site Landscaping, Heat Island Effect, Storm Water Management, Site Management, Building Neighbourhood</i>
2	<i>Energy Efficiency and Conservation</i> (EEC)	Prasyarat: <i>Policy and Energy Management Plan, Minimum Building Energy Performance</i> Tolok ukur turunan: <i>Optimized Efficiency Building Energy Performance, Testing, Recommissioning or Retrocommissioning, System Energy Performance, Energy Monitoring & Control, Operation and Maintenance, On Site Renewable Energy, Less Energy Emission</i>
3	<i>Water Conservation</i> (WAC)	Prasyarat: <i>Water Management Policy</i> Tolok ukur turunan: <i>Water Sub-Metering, Water Monitoring Control, Fresh Water Efficiency, Water Quality, Recycled And Alternative Water, Potable Water, Deep Well Reduction, Water Tap Efficiency</i>
4	<i>Material Resources and Cycle</i> (MRC)	Prasyarat: <i>Fundamental Refrigerant, Material Purchasing Policy, Waste Management Policy</i> Tolok ukur turunan: <i>Non ODS (Ozone Depleting Substances) Usage, Material Purchasing Practice, Waste Management Practice, Hazardous Waste Management, Management of Used Good</i>

5	<i>Indoor Health and Comfort (IHC)</i>	Prasyarat: <i>No Smoking Campaign</i> Tolok ukur turunan: <i>Outdoor Air Introduction, Environmental Tobacco Smoke Control, CO₂ and CO Monitoring, Physical, Chemical and Biological Pollutants, Thermal Comfort, Visual Comfort, Acoustic Level</i>
6	<i>Building Environment Management (BEM)</i>	Prasyarat: <i>Operation & Maintenance Policy</i> Tolok ukur turunan: <i>Innovations, Design Intent & Owner's Project Requirement, Green Operational & Maintenance Team, Green Occupancy/Lease, Operation and Maintenance Training</i>

Tabel 7. Tolok ukur utama dan turunan dari green building sesuai GBCI untuk bangunan baru (new building, NB) versi 1.2 tahun 2013

No	Tolok ukur	Prasyarat dan tolok ukur turunan
1	<i>Appropriate Site Development (ASD)</i>	Prasyarat: <i>Basic Green Area</i> Tolok ukur turunan: <i>Site Selection, Community Accessibility, Public Transportation, Bicycle Facility, Site Landscaping, Micro Climate, Storm water Management.</i>
2	<i>Energy Efficiency and Conservation (EEC)</i>	Prasyarat: <i>Electrical Sub Metering, OTTV (Overall Thermal Transfer Value) Calculation</i> Tolok ukur turunan: <i>Energy Efficiency Measures, Natural Lighting, Ventilation, Climate Change Impact, On Site Renewable Energy.</i>
3	<i>Water Conservation (WAC)</i>	Prasyarat: <i>Water Metering, Water Calculation</i> Tolok ukur turunan: <i>Water Use Reduction, Water Fixtures, Water Recycling, Alternatives Water Resources, Rainwater Harvesting, Water Efficiency Landscaping.</i>
4	<i>Material Resources and Cycle (MRC)</i>	Prasyarat: <i>Fundamental Refrigerant</i> Tolok ukur turunan: <i>Building and Material Reuse, Environmentally Friendly Material, Non ODS (Ozone Depleting Substances) Usage, Certified Wood, Prefab Material, Regional Material</i>

5	<i>Indoor Health and Comfort (IHC)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ‡ Prasyarat: <i>Outdoor Air Introduction.</i> ‡ Tolok ukur turunan: <i>CO₂ Monitoring, Environmental Tobacco Smoke Control, Chemical Pollutant, Outside View, Visual Comfort, Thermal Comfort, Acoustic Level.</i>
6	<i>Building Environment Management (BEM)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ‡ Prasyarat: <i>Basic Waste Management.</i> ‡ Tolok ukur turunan: <i>GP (GREENSHIP Professional) as a Member of Project Team, Pollution of Construction Activity, Advanced Waste Management, Proper Commissioning, Green Building Submission Data, Fit Out Agreement, Occupant Survey.</i>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

UIN Sunan Ampel Surabaya merupakan metamorphosis dari IAIN Sunan Ampel. Adapun berdirinya IAIN Sunan Ampel berawal pada akhir dekade 1950, beberapa tokoh masyarakat Muslim Jawa Timur mengajukan gagasan untuk mendirikan perguruan tinggi agama Islam yang bernaung di bawah Departemen Agama. Untuk mewujudkan gagasan tersebut, mereka menyelenggarakan pertemuan di Jombang pada tahun 1961. Dalam pertemuan itu, Profesor Soenarjo, Rektor IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, hadir sebagai nara sumber untuk menyampaikan pokok-pokok pikiran yang diperlukan sebagai landasan berdirinya perguruan tinggi agama Islam dimaksud. Dalam sesi akhir pertemuan bersejarah tersebut, forum mengesahkan beberapa keputusan penting yaitu: (1) Membentuk Panitia Pendirian IAIN, (2) Mendirikan Fakultas Syariah di Surabaya, dan (3) Mendirikan Fakultas Tarbiyah di Malang.

Selanjutnya, pada tanggal 9 Oktober 1961, dibentuk Yayasan Badan Wakaf Kesejahteraan Fakultas Syariah dan Fakultas Tarbiyah yang menyusun rencana kerja sebagai berikut :

- Mengadakan persiapan pendirian IAIN Sunan Ampel yang terdiri dari Fakultas Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang.
- Menyediakan tanah untuk pembangunan Kampus IAIN seluas 8 (delapan) Hektar yang terletak di Jalan A. Yani No. 117 Surabaya.

- Menyediakan rumah dinas bagi para Guru Besar.

Pada tanggal 28 Oktober 1961, Menteri Agama menerbitkan SK No. 17/1961, untuk mengesahkan pendirian Fakultas Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang. Kemudian pada tanggal 01 Oktober 1964, Fakultas Ushuluddin di Kediri diresmikan berdasarkan SK Menteri Agama No. 66/1964.

Berawal dari 3 (tiga) fakultas tersebut, Menteri Agama memandang perlu untuk menerbitkan SK Nomor 20/1965 tentang Pendirian IAIN Sunan Ampel yang berkedudukan di Surabaya, seperti dijelaskan di atas. Sejarah mencatat bahwa tanpa membutuhkan waktu yang panjang, IAIN Sunan Ampel ternyata mampu berkembang dengan pesat. Dalam rentang waktu antara 1966-1970, IAIN Sunan Ampel telah memiliki 18 (delapan belas) fakultas yang tersebar di 3 (tiga) propinsi: Jawa Timur, Kalimantan Timur dan Nusa Tenggara Barat.

Namun demikian, ketika akreditasi fakultas di lingkungan IAIN diterapkan, 5 (lima) dari 18 (delapan belas) fakultas tersebut ditutup untuk digabungkan ke fakultas lain yang terakreditasi dan berdekatan lokasinya. Selanjutnya dengan adanya peraturan pemerintah nomor 33 tahun 1985, Fakultas Tarbiyah Samarinda dilepas dan diserahkan pengelolaannya ke IAIN Antasari Banjarmasin. Disamping itu, fakultas Tarbiyah Bojonegoro dipindahkan ke Surabaya dan statusnya berubah menjadi fakultas Tarbiyah IAIN Surabaya. Dalam pertumbuhan selanjutnya, IAIN Sunan Ampel memiliki 12 (dua belas) fakultas yang tersebar di seluruh Jawa Timur dan 1 (satu) fakultas di Mataram, Lombok, Nusa Tenggara Barat. Saat itu, IAIN

Sunan Ampel Surabaya terkonsentrasi hanya pada 5 (lima) fakultas induk yang semuanya berlokasi di kampus Surabaya.

Seiring berjalannya IAIN Sunan Ampel Surabaya berubah status menjadi UIN Sunan Ampel Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA), Surabaya. Status universitas diperoleh sejak tanggal 1 Oktober 2013 berdasarkan Peraturan Presiden No 65 tanggal 1 Oktober 2013. Sebelumnya UIN Sunan Ampel bernama Institut Agama Islam negeri (IAIN) Sunan Ampel, Surabaya Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 20/1965. Saat ini kampus yang berlokasi di Jalan Jend. A. Yani 117 Surabaya, Jawa Timur ini sudah berstatus Badan Layanan Umum (BLU) melalui Keputusan Menteri Keuangan Nomor 511/KMK.05/2009 tanggal 28 Nopember 2009.

Universitas pengembangan dari IAIN Sunan Ampel ini diharapkan dan niscaya menjadi bukan sekadar perguruan tinggi yang berkualitas, tapi sekaligus juga sebagai pusat pengembangan dan penyebaran peradaban. UINSA didesain untuk mengemban amanah sebagai pencipta, penemu, atau dan pengembang ilmuilmu humaniora, sains, dan teknologi. Pada saat yang sama, ia juga mutlak menjadi *avant garde* dalam pelestarian dan pengembangan ilmu-ilmu dasar keislaman. Bahkan kajian dasar keislaman dijadikan sebagai *main core*.

Universitas Islam Negeri satu-satunya di kota Pahlawan ini akan mengawal dan menumbuhkembangkan bidang-bidang ilmu yang ada sesuai dengan karakter masing-masing. Ilmu harus benar-benar menjadi ilmu sesuai dengan paradigma, dan epistemologinya masing-masing. Namun tidak berhenti sebatas itu, tiap-tiap bidang ilmu harus didialogkan dengan bidang

ilmu yang lain. Lebih dari itu, semua ilmu yang dikaji di UINSA akan dikontekstualisasikannya dengan sejarah konkret kehidupan, setelah sebelumnya dibingkai dan berbasis nilai-nilai moral yang kokoh.

Paradigma keilmuan yang kita sebut *integrated twin towers* itu meniscayakan lahir, dan tumbuh-kembangnya mahasiswa dan cendekiawan yang selain benar-benar ahli di bidang ilmu yang ditekuni, juga sebagai pengamal dan penebar Islam Indonesia. Keberagaman ini perlu menjadi anutan mulai dari tenaga kependidikan, mahasiswa, alumni, dosen, pimpinan, bahkan juga tenaga *outsourcing*.

Pembumian Islam Indonesia di UINSA akan diarahkan kepada hadirnya manusia-manusia yang memiliki kemampuan membaca dan memahami kearifan dalam sejarah Islam dan mempunyai kapabilitas mumpuni dalam keilmuan kontemporer sesuai dengan bidang yang digeluti dan keilmuan pendukungnya. Manusia-manusia kampus UIN yang terletak kota Pahlawan ini adalah insan-insan yang berwawasan luas, profesional, dan bermoral.

Saat ini, UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki lima Fakultas dengan berbagai jurusan dan akan membuka beberapa fakultas dan jurusan baru pada tahun ajaran baru. Adapun kelima fakultas tersebut sebagai berikut.

1. Fakultas Adab (Sastra dan Humaniora) dengan tiga program studi, yaitu Bahasa dan Sastra Arab, Sejarah Peradaban Islam, dan Bahasa dan Sastra Inggris.
2. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan empat jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Management Dakwah, Bimbangan

Konseling Islam, dan Pengembangan Masyarakat Islam, serta tiga prodi yaitu Prodi Ilmu Komunikasi, Prodi Psikologi, dan Prodi Sosiologi.

3. Fakultas Syariah (Hukum Islam) dengan tiga jurusan yaitu Siyashah Jinayah, Ekonomi Syariah dan Muamalah, serta satu prodi yaitu prodi Ahwalus Syakhsiyah
4. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan dengan jurusan tiga yaitu, Pendidikan Agama Islam, Pendidikan Bahasa Arab, Kependidikan Islam, dan tiga prodi yaitu Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), Pendidikan Bahasa Inggris, dan Pendidikan Matematika.
5. Fakultas Ushuluddin dengan tiga jurusan yaitu Aqidah Filsafat, Perbandingan Agama, dan Tafsir Hadits, serta prodi Politik Islam.
6. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
7. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
8. Fakultas Sains dan Teknologi
9. Fakultas Psikologi dan Kesehatan

UIN Sunan Ampel Surabaya juga memiliki program pasca sarjana S2 dengan konsentrasi, Pendidikan Agama Islam, Pendidikan Bahasa Arab, Tafsir Hadits, Dakwah, Filsafat Islam, Ekonomi Islam dan Hukum Islam. Serta S3 (Dirasah Islamiyah).

Visi, Misi dan Tagline UIN Sunan Ampel Surabaya adalah

“Menjadi Universitas Islam yang unggul dan kompetitif bertaraf internasional”

Sedangkan Misi UIN Sunan Ampel Surabaya adalah :

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang unggul dan berdaya saing.
2. Mengembangkan riset ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
3. Mengembangkan pola pemberdayaan masyarakat yang religius berbasis riset.

Adapun Tagline UIN Sunan Ampel Surabaya adalah:

“Building Character Qualities: for the Smart, Pious, Honorable Nation”

Struktur Organisasi UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai berikut:



Gambar 3.1. Struktur Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya

Sumber: <https://uinsby.ac.id>

B. Kondisi Eksisting *Eco-Campus* UIN Sunan Ampel Surabaya

UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai salah satu universitas terkemuka di Kota Surabaya ikut mendukung program *eco city* yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Surabaya dengan menerapkan program *Eco-Campus*. Kampus Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya seiring berjalannya waktu terus berbenah untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Pengembangan dan pembangunan fisik gedung kampus UIN Sunan Ampel

Surabaya sebagai sarana pendidikan adalah salah satu usaha untuk meningkatkan pendidikan. Pengembangan dan pembangunan yang tidak dilakukan dengan baik tanpa mempertimbangkan kebutuhan ruang terbuka hijau akan mengakibatkan suasana kampus tidak nyaman sebagai tempat dilakukannya aktivitas belajar mengajar.

Lakswendra (2013) menjelaskan bahwa menciptakan tempat yang nyaman, bersih, teduh, indah dan sehat di lingkungan kampus merupakan suatu keharusan karena kampus adalah tempat untuk menimba ilmu pengetahuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari ekosistem perkotaan, salah satu upaya untuk mewujudkannya dengan penyelenggaraan program *Eco-Campus*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya menerapkan program *Eco-Campus* dengan melaksanakan pengelolaan sampah dan penataan ruang terbuka hijau. Selain itu, salah satu indikator *Eco-Campus* adalah ketersediaan ruang terbuka hijau. Dengan demikian, ruang terbuka hijau menjadi bagian terpenting dari keberlanjutan lingkungan di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Ruang terbuka hijau (RTH) memiliki peranan yang sangat penting dalam mengurangi dampak terjadinya pemanasan global karena kemampuannya dalam menyerap emisi karbon dioksida (CO₂) (Setiawan dan Hermana, 2013). Dengan demikian, selain dapat mengurangi emisi karbon dioksida (CO₂) di Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya, secara tidak langsung, dapat berkontribusi terhadap upaya pengurangan dampak pemanasan global akibat emisi karbon dioksida (CO₂). Sumber emisi karbon dioksida (CO₂) berasal dari pembakaran bahan bakar fosil sehingga sektor

transportasi menjadi sumber utama penghasil emisi karbon dioksida (CO₂). Banyak penelitian membuktikan bahwa terdapat korelasi antara jumlah kendaraan dengan emisi karbon dioksida (CO₂) seperti di Cina (Rui-Qiang dkk, 2019), di Thailand (Jamnongchod dkk, 2017) dan di Perancis (Muller dkk, 2019).

Program *Eco-Campus* di lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya terutama pada penataan ruang terbuka hijau belum optimal, dapat dilihat dari kondisi kampus yang tidak memadainya jumlah pohon atau luas ruang terbuka hijau. Di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya, lokasi taman terdapat di beberapa gedung, tidak menyeluruh di seluruh gedung, salah satunya terdapat di Fakultas Sains dan Teknologi. Selain itu kondisi lahan di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya yang sebagian besar telah diperkeras/dipaving menjadi salah satu kendala dalam penyediaan ruang terbuka hijau. Kondisi lingkungan kampus UIN Sunan Ampel Surabaya dapat dilihat pada gambar 3.2 dan 3.3 di bawah ini.



Gambar 3.2 Penataan Tanaman Perindang Sekitar Gedung Twin Towers



Gambar 3.3 Taman Gazebo Dilengkapi *Vertical Garden*

Dalam ruang terbuka hijau, tanaman menjadi komponen utama dalam penyerapan emisi karbon dioksida (CO_2) dan sekaligus sebagai produsen oksigen (O_2) melalui proses fotosintesis dan respirasi. Fotosintesis adalah suatu proses biokimia anabolisme, pembentukan zat makanan atau energi melalui fiksasi karbondioksida, dan air serta dibutuhkan bantuan energi cahaya matahari. Kloroplas adalah tempat berlangsungnya fotosintesis. Klorofil merupakan pigmen warna hijau yang menangkap energi cahaya dan mengubahnya menjadi energi kimia. Proses fotosintesis yang terjadi di kloroplas melalui dua tahap reaksi yaitu reaksi terang dan reaksi gelap. Hasil reaksi adalah ATP, NADPH_2 , dan oksigen. Oksigen dikeluarkan melalui stomata di epidermis daun. Reaksi gelap berlangsung di stroma. Pada reaksi gelap diperlukan karbon dioksida (CO_2). ATP dan NADPH_2 yang dihasilkan dalam proses fotosintesis memicu terjadinya reaksi gelap (siklus calvin). Pada proses ini terjadi pengikatan karbon dioksida di dalam daun. Karbon dioksida ini akan bergabung dengan ion hidrogen yang dihasilkan dari reaksi terang, membentuk gula (glukosa) (Campbell dan Reece, 2002). Berdasarkan

mekanisme fotosintesis tersebut, maka kebutuhan Ruang Terbuka Hijau dapat dihitung dari konsentrasi karbondioksida (CO_2) di udara Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya.

Penataan ruang terbuka hijau berkelanjutan di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya seharusnya dilaksanakan dengan perencanaan yang terarah dan terstruktur dengan baik, sehingga hasilnya dapat optimal. Dengan terpenuhinya ruang terbuka hijau yang ideal, diharapkan akan memberikan manfaat bagi civitas akademika di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya, di antaranya suasana kampus akan terasa sejuk, menciptakan suasana dengan nilai estetika yang tinggi, mengurangi kebisingan dan mengurangi polusi udara. Dari uraian sebelumnya, maka perlu dilakukan penelitian analisa kecukupan ruang terbuka hijau berdasarkan penyerapan konsentrasi karbon dioksida (CO_2) dan pemenuhan oksigen (O_2) di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kondisi eksisting ruang terbuka hijau kampus UIN Sunan Ampel Surabaya dan proyeksi ruang terbuka hijau pada tahun 2028 di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya berdasarkan serapan Karbon dioksida (CO_2) dan Kebutuhan Oksigen (O_2). Hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi kebijakan dalam pembangunan lingkungan pendidikan yang berkelanjutan, agar tercipta suasana lingkungan pendidikan yang nyaman dengan penataan dan terpenuhinya ruang terbuka hijau yang ideal sesuai perhitungan dalam penelitian ini.

C. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian ini hasil dari proses pengumpulan data di lapangan yang kemudian disajikan dalam bentuk tulisan deskripsi atau pemaparan secara detail dan mendalam.

Dalam deskripsi ini, peneliti memaparkan data diantaranya, hasil wawancara dengan sejumlah informan yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi antara Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam perspektif *Eco-Campus*, bagaimana membangun komitmen perspektif *Eco-Campus* pada Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya melalui kajian komunikasi dakwah secara deskripsi atau pemaparan secara detail dan mendalam. Dari situlah maka akan diketahui seperti apa membangun komunikasi dakwah dalam perspektif eco-campus di UIN Sunan Ampel Surabaya.

1. Pola komunikasi antara Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam perspektif Eco-Campus.

Civitas akademika merupakan anggota komunitas Perguruan Tinggi yang terdiri dari dosen, mahasiswa, dan badan/unit kepengurusan kampus. Sebagaimana definisi tersebut, maka komunikasi dalam hal ini adalah bentuk interaksi baik verbal maupun nonverbal secara formal kelembagaan maupun informal yang terbangun atas 3 (tiga) komponen tersebut. Secara formal kelembagaan masing-masing komponen memiliki hak dan kewajibannya tersendiri, begitupun secara informal, komunitas masing-masing secara alami membangun konstruksi komunikasi yang yang berbeda pula walaupun tidak secara eksklusif.

Terdapat fenomena menarik ketika banyak perguruan tinggi baik dalam maupun luar negeri yang tak hanya berwacana namun juga berlomba-lomba untuk menjadikan konsep *Eco-Campus* sebagai reputasi dan citra sebagai kampus hijau yang nyaman sebagai pusat belajar dan sumber belajar berwawasan lingkungan. Sebagai contoh Universitas Indonesia (UI) bertekad menjadi *green campus* dengan mengembangkan hutan kota seluas 100 hektare. Upaya tersebut sangat positif dalam kaitannya pelestarian flora dan fauna serta bisa menjadi daerah resapan air sekaligus mencegah banjir dan longsor, selain membangun danau untuk penghijauan, UI juga merilis *green metric world university ranking* yang melakukan pemeringkatan universitas di dunia merujuk pada konsep *green university*. Institut Teknologi Sepuluh November (ITS) dan Institut Teknologi Bandung (ITB) juga mengukung konsep *green* kampus dengan mengoptimalkan kampus dengan fasilitas ramah lingkungan, Institut Pertanian Bogor (IPB) juga gencar melaksanakan gerakan penghijauan untuk mewujudkan *green university* pada area kampus⁹³.

Pemerintah Kota Surabaya turut berperan aktif dalam meningkatkan peran perguruan tinggi untuk mengupayakan lingkungan hijau di wilayahnya. Sebagaimana telah dipaparkan pada BAB I latar belakang penelitian ini, UIN Sunan Ampel telah beberapa kali memenangkan event tahunan tersebut. Semangat pengembangan *Eco-Campus* ini terus diupayakan melalui komunikasi yang baik antar berbagai pihak. Berdasarkan informan dari

⁹³ Kurniawan; Luqman Akbar Yanuar; Setiabudi, Djoko, "Komunikasi Strategis Universitas Diponegoro Dan Universitas Negeri Semarang Dalam Membangun Brand Image Universitas Sebagai Green University," *Interaksi Online* 1,3, no. Vol 1, No 3: Agustus 2013 (2013).

Program Studi Teknik Lingkungan, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Ampel Surabaya mengaku peran aktif dan kolaboratif sangatlah penting dalam mensukseskan program *Eco-Campus* yang *sustainable*.

Alhamdulillah Fakultas Sains dan Teknologi telah mampu menorehkan prestasi sebagai pemenang Terbaik III dalam Eco Campus yang diselenggarakan oleh Dinas Lingkungan Hidup Pemerintah Kota Surabaya. Capaian ini dapat terwujud atas peran serta semua pihak, baik dari Prodi, Fakultas, maupun Universitas, selain itu, tidak hanya dosen, ketelibatan tenaga kependidikan dan juga mahasiswa sebagai tolak ukur, karena parameter penilaian dari pihak dinas sedemikian rigid dan perlu persiapan yang cukup panjang⁹⁴.

Implementasi dari sebuah kebijakan selalu berawal pada keputusan-keputusan lintas fungsional yang dapat memungkinkan suatu lembaga mencapai sasarannya, sehingga perlu dilakukan langkah strategis yang berfokus pada proses penetapan tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu hal yang disebut memiliki peran yang signifikan dalam keberhasilan suatu kebijakan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh para perumus dan pelaksana kebijakan adalah upaya-upaya strategis dalam melakukan komunikasi yang baik dan terarah kepada sasaran kebijakan.

Secara konsepsi sosial, UIN Sunan Ampel Surabaya dikenal khalayak sebagai perguruan tinggi Islam yang kuat pada tema pemberdayaan masyarakat. Kemampuan Universitas dalam mengejawantahkan *tagline* “*Building Character Qualities: for the Smart, Pious, Honorable Nation.*” perlu didukung kemampuan komunikasi yang baik dan ini telah berjalan secara alami dengan kultur masyarakat Surabaya yang terbuka, apa adanya, dan bersemangat kerja. Penyempurnaan fasilitas dan eksistensi dalam

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Shinfi Wazna Auvaria, Dosen Teknik Lingkungan FST, pada pukul 12: 50 pada tanggal 7, 5, 2019.

mendukung tercapainya UIN Sunan Ampel Surabaya berprespektif *Eco-Campus* mengalami dinamika progresif dengan evaluasi pada setiap kebijakan dan penganggaran pembiayaan yang berkaitan dengan ruang terbuka hijau, dan juga design Gedung berwawasan *Eco-Building*.

Penataan taman juga menjadi perhatian utama melalui komunikasi dengan fakultas-fakultas yang ada dalam pengelolaan perawatan, dan desain. Pada tahun-tahun sebelumnya, pengelolaan taman diserahkan kepada fakultas, unit, maupun lembaga. Setelah dievaluasi melalui komunikasi antar pihak, pada sekitar awal tahun 2019 pengelolaan taman telah diserahkan ke kantor pusat melalui bagian umum dan tata usaha. Pemanfaatan Sumber Daya Manusia (SDM) yang bertugas merawat taman telah diserahkan pada *outsourcing*. Hal ini berdampak baik pada focus kerja di mana yang sebelumnya dikelola oleh masing-masing fakultas dan di fakultas sendiri belum tersedia fungsional khusus yang membidangi taman, sehingga yang terjadi terkadang terdapat taman dengan kondisi kurang terawat, dilain fakultas sebaliknya, meski belum ada SDM, tetapi atas kerelaan pribadi terdapat dosen dan tenaga kependidikan yang secara ikhlas merawat tanam.

Komunikasi yang dilakukan oleh fakultas-fakultas yang ada dalam pengelolaan perawatan dan desain, dilakukan melalui komunikasi yang terarah. Inklusivitas komunikator dan komunikan diperlukan guna merangsang keberlanjutan program. Inklusivitas ditekankan pada dua arah, yakni antara komunikator dalam hal ini diwakili oleh pemangku kebijakan, dan komunikan seluruh civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya.

Adanya inklusivitas dalam komunikasi mengenai *eco-campus* berpegang pada satu prinsip yang intinya tidak ada manusia yang tidak membutuhkan manusia lain atau bahkan alam sekitar. Saling menyadari akan pentingnya alam ditekankan pada pesan komunikasi yang terjalin antar civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya. Dalam beberapa kesempatan ketika peneliti menanyakan mengenai keterbukaan komunikasi didasarkan pada kesadaran budaya yang dimiliki. Kesadaran budaya ini berasal dari resapan mengenai nilai keislaman yang ditekankan di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Dalam satu kesempatan penulis menemukan informan yang mengaku sangat terbuka kepada kebijakan kampus hijau karena menyadari akan keberadaannya penting di tengah pembelajaran yang kondusif. Dengan keterbukaan tersebut ia lebih mudah mempelajari keberlangsungan kehidupan alam dan memang tujuan dari pembelajaran ialah memakmurkan alam sekitar.

“Sejatinya, yang dilakukan oleh kampus memang mau melaksanakan kampus subur. Kemarin juga sudah disosialisasikan, jadi banyak mahasiswa juga yang sudah paham. Memang, tanggung jawab alam bukan hanya milik kampus semata, tapi kita mahasiswa juga harus berupaya penuh mendukungnya, tidak hanya mendukung, sih, ya memang itu tugas kita.”⁹⁵

Pernyataan di atas sejatinya tepat diungkapkan, mengingat Surabaya terkenal dengan kota panas, bahkan tak jarang mencapai suhu 36 derajat celcius. Banyak informan yang menyadari akan hal itu dan mereka mencoba untuk terbuka menerima kebijakan tentang kampus hijau dan tidak menutup

⁹⁵ Wawancara dengan Zainul Arif, Mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya, pada 22 Agustus 2021.

diri. Saking pentingnya keterbukaan/inklusivitas dalam komunikasi antar kedua belah pihak inilah yang menjadikan suksesnya program kampus hijau.

“Surabaya memang panas, semua orang tahu itu. Kalau tidak kita yang merubahnya, siapa lagi?. Kita menerima, mendukung sepenuhnya, dan tak jarang saling mengingatkan tentang pentingnya budaya menghemat air, misalkan, menghemat listrik dll. Karena, iya, balik itu tadi, kalau bukan kita, siapa lagi.”⁹⁶

Jawaban berbeda dikemukakan oleh salah satu mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Ampel Surabaya, ia mengungkapkan bahwa adanya program kampus hijau hanya sebagai seremonial belaka karena mengikuti perlombaan. Meskipun ia menyangsikan akan keberlangsungan kampus hijau, namun ia tetap akan mendukung dan secara terbuka mengatakan bahwa kewajiban menjaga lingkungan ialah tugas bersama. Dengan demikian konsekuensi yang dikerjakan ialah tetap mematuhi dan ikut mensosialisasikan terhadap civitas akademika yang lainnya.

“Paling-paling hanya karena event, setelah itu juga *ndak* diurus. Tapi tetep, karena event atau tidak, menjaga kampus tetap hijau dan nyaman juga tugas bersama. Semoga karena event ini menjadi permulaan dalam mempertahankan keasrian kampus.”⁹⁷

Untuk menumbuhkan keterbukaan komunikasi antar civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, terdapat beberapa cara yang dilakukan. Seperti yang ditekankan oleh Muhammad Andik Izzuddin, bahwa ketika mengajar tentang Teknologi Tepat Guna, lebih banyak menyoal tentang teknologi kampus hijau.

“Lebih banyak menyoal tentang kampus hijau, bagaimana teknologi yang harus dikembangkan. Selama proses perkuliahan, kita hanya membahas tentang teknologi tepat guna tentang kampus hijau. Karena

⁹⁶ Wawancara dengan Endang Kusnia, Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Ampel Surabaya, 22 Juli 2021.

⁹⁷ Wawancara dengan Efi Fitria, Mahasiwa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 17 September 2021.

saat ini tren itu yang laku, dan juga dalam rangka menjaga suistanable alam.”⁹⁸

Tidak menutup kemungkinan dalam penyemaian dasar pemahaman mengenai kampus hijau lebih banyak ditekankan dalam bangku perkuliahan. Semisal mengenai pembelajaran teologi bagaimana pola *eco campus* menjadi bahasan *eco-theology*. Hal ini berdampak langsung secara moral dan akidah mengenai penjagaan lingkungan. Materi-materi tersebut biasanya diselipkan dalam mata pelajaran tafsir tematik, dan hadis lingkungan yang konsen diajarkan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Setelah ditetapkan dan dilakukan penataan taman, yang tak kalah pentingnya ialah perawatan dan rasa memiliki taman tersebut, di sini peran komunikasi sangatlah penting, melihat peserta komunikasi (tidak hanya bagian umum) berasal dari berbagai latar belakang dan pemahaman mengenai *eco-campus* yang berbeda, bahkan salah satu dari komunikan bisa dikatakan belum menguasai. Dari perbedaan pemahaman tersebut akan menimbulkan saling ketidak sesuaian pengertian sehingga komunikasi berjalan kurang efektif. Pemahaman terhadap perbedaan latar belakang pengetahuan dalam komunikasi tidak hanya dilihat dari komunikasi verbal saja, tapi juga dilihat dari komunikasi nonverbal. Tak hanya itu, pemahaman terhadap kebiasaan atau perilaku tidak kalah penting untuk membangun komunikasi yang efektif.

Selain terjadinya inkisivitas dalam komunikasi, persuasi juga ditekankan. Kepala Laboratorium Fakultas Dakwah dan Komunikasi menegaskan bahwa, dalam rangka mengajak mahasiswa dan seluruh civitas

⁹⁸ Wawancara dengan Ahmad KHusaini, Mahasiwa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 12 Juli 2021.

akademika UIN Sunan Ampel Surabaya untuk menciptakan kampus hijau, maka dipasanglah *space-space* di mana para civitas mendapatkan pengetahuan dan sekaligus imbauan untuk menjaga alam.

“Di sekitar tempat-tempat vital, kita pasang *space qoute* menjaga lingkungan, mematikan lampu, hemat energi, macam-macam. *Ya*, saling mengingatkan saja, meskipun hal demikian sudah banyak yang menyadarinya. Tapi, sekali lagi bukankah saling mengingatkan juga dianjurkan oleh agama.⁹⁹

Keterbukaan mengenai wawasan *eco-campus* juga seiring dilakukannya sosialisasi dan penambahan pengetahuan di civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya. Penambahan wawasan mengenai *eco-campus* ini merupakan sarana persuasi yang digencarkan di ruang pembelajaran maupun di luar pembelajaran.

Bisa diidentifikasi bahwa terjadinya proses persuasif mengenai wawasan *eco-campus* di ruang pembelajaran dengan dimasukkannya materi tentang wawasan keberlangsungan lingkungan hidup dalam matakuliah-matakuliah terapan, seperti Hadis Tematik, Tafsir Tematik, Teknologi Tepat Guna, dan Kebijakan Lingkungan Hidup, yang mana kesemuanya diajarkan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Dalam matakuliah yang berbasis keislaman ditekankan mengenai pemahaman *eco-theologi*, sehingga nantinya antar keduanya mempunyai pemahaman bahwa menjaga lingkungan bukan hanya kerja syariat tetapi juga kerja keimanan.

Sedangkan terjadinya proses persuasif mengenai wawasan *eco-campus* di luar ruang pembelajaran ialah, masifnya pemasangan *quote*, *flyer*, dan *meme* tentang bagaimana menjaga lingkungan. *Quote*, *flyer*, dan *meme*

⁹⁹ Wawancara dengan Agus Afandi, Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 23 Agustus 2021.

tersebut dipasang di tempat-tempat khalayak ramai dan juga di tempat-tempat strategis. Pembuatan *doodle* yang menutup tembok Fakultas Dakwah dan Komunikasi mengenai pentingnya penjagaan alam juga dilakukan oleh Mahasiswa yang dikoordinir oleh Himaprodi. Tempat-tempat yang representatif bisa divisualisasikan dengan pemasangan stiker di sakelar lampu mengenai pentingnya hemat energi listrik. Lebih dari pada itu, pemasangan gambar dan stiker di tempat pengambilan wudlu juga dilaksanakan.

2. Membangun komitmen perspektif Eco-Campus pada Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya melalui kajian komunikasi dakwah

Upaya untuk membangun *brand image* sebagai *Eco-Campus* university dilakukan melalui berbagai strategi oleh UIN Sunan Ampel Surabaya dengan tujuan mencapai *mutual understanding* dari seluruh civitas akademika dan publik eksternal seperti masyarakat luas pada umumnya. Penerapan kebijakan *green university* oleh UIN Sunan Ampel Surabaya dilakukan melalui langkah-langkah strategis dalam mencapai tujuan kebijakan. Hal tersebut sesuai dengan konsepsi memaksimalkan RTH yang ada dengan penataan dan mengembangkan drainase (penataan lingkungan termasuk penghijauan), biopori, pengolahan taman serta pada tahun 2021 ini terlibat aktif dalam persiapan untuk masuk ke UI Green Matric.

Sebagai tindak lanjut dalam melaksanakan, tidak hanya itu, UIN Sunan Ampel Surabaya, membuat perencanaan pendidikan lingkungan hidup pada program *eco-campus* dalam pendidikan untuk pembangunan berkelanjutan. Perencanaan pendidikan lingkungan hidup pada program *eco-campus* dalam pendidikan untuk pembangunan berkelanjutan pada universitas konservasi melalui mata kuliah pendidikan lingkungan hidup dan integrasi pada sebaran

mata kuliah pada setiap fakultas-fakultas yang terkait. Menurut Muhammad Andik Izzuddin, UIN Sunan Ampel harusnya menerapkan program 7 (tujuh) pilar konservasi yang disosialisasikan melalui pendidikan dan latihan di luar perkuliahan. Perencanaan pendidikan lingkungan hidup melalui 7 (tujuh) pilar konservasi yang terdiri dari arsitektur hijau dan transportasi internal, biodiversitas, energi bersih, seni budaya, kaderisasi konservasi, kebijakan nirkertas, dan pengolahan limbah melalui beberapa kebijakan¹⁰⁰.

Lebih Lanjut Andik menjelaskan, yang lebih penting dalam mewujudkan UINSA sebagai universitas konservasi adalah menciptakan pendidikan karakter dengan membangun sifat dan perilaku yang baik. Membangun fisik, tetapi lebih penting adalah membangun sikap dan perilaku kesantunan dalam bermasyarakat dan kesantunan dalam memperlakukan alam dan lingkungan. Di samping itu, melalui kebijakan munculnya universitas konservasi dengan membangun sikap untuk mengambil hikmah yang bisa dipetik.

BAB IV PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

Temuan penelitian kancah (*field research*) kali ini berupa data kualitatif yang bersifat deskriptif. Hal ini sangat diperlukan sebagai hasil pertimbangan

¹⁰⁰ Wawancara dengan Muhammad Andik Izzuddin, ketua pusat lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya, 11 Agustus 2021.

antara hasil temuan penelitian di lapangan dengan teori yang terkait dengan pembahasan penelitian.

1. Pola Komunikasi Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Perspektif *Eco-Campus*

Temuan peneliti berdasarkan data yang diperoleh bahwasannya pola komunikasi civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam prespektif *eco-campus* berdasar pada keterbukaan atau inklusivitas dalam komunikasi personal karena dilatarbelakangi oleh faktor kesadaran budaya akan pentingnya menjaga alam. Kesadaran budaya dimaksud yakni kesadaran yang diilhami oleh nilai-nilai keislaman tentang bagaimana manusia harus berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki perbedaan karakteristik dalam memahami dan menjaga alam. Meskipun perbedaan karakter tersebut tidak begitu besar, tapi hal itu tetap perlu disadari sebab kesalah pahaman dalam suatu interaksi tidak ada besar kecilnya. Dalam komunikasi meskipun kesalahannya kecil dampaknya bisa begitu besar.

Sadar akan nilai kelestarian alam inilah faktor yang membuat civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya terbuka kepada siapa pun dengan caranya masing-masing. Jika tidak sadar mengenai hal tersebut tidak mungkin mereka akan terbuka kepada orang yang di sekitarnya. Orang yang tidak sadar diri akan menutup diri, egois, dan tak mau tahu tentang hal-hal yang ada di sekitarnya. Sehingga menyulitkan mereka sendiri. Seperti contoh, seandainya para civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya tidak mau terbuka dengan hal-hal yang ada di sekitarnya mereka tidak akan memiliki idealisme

bahkan bisa jadi akan dijauhi dan tidak akan bertahan lama di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kesadaran akan nilai kelestarian alam mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya sebenarnya sudah tertanam sejak berada dari pendidikan awal masing-masing. Terlebih lagi ada beberapa mata kuliah yang menyampaikan materi terkait keberlanjutan kesesuaian lingkungan hidup. Matakuliah-matakuliah tersebut diidentifikasi sebagai mata kuliah terapan, sehingga, mengenai pemahaman tentang nilai-nilai keberlanjutan bisa diberikan dalam bentuk pemahaman secara klasikal.

Hal lain bisa dilihat dari penuturan mereka akan hal-hal mengenai kelestarian alam. Melihat hal ini, tentunya para mahasiswa sudah tertanam sejak masih kanak-kanak tentang kesadaran berbudaya.

2. Membangun Komitmen Perspektif Eco-Campus pada Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya Melalui Kajian Komunikasi Dakwah

Keberhasilan UIN Sunan Ampel dalam meraih juara *eco campus* di kota Surabaya pada fakultas Dakwah dan Komunikasi tahun 2018 dan pada Fakultas Sains dan Teknologi pada tahun 2019 merupakan sebuah awal dari semangat membangun komitmen prespektif *eco campus* melalui pola komunikasi yang lebih inklusif lagi. Terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UIN Sunan Ampel Surabaya dalam membangun komitmen tersebut, yaitu dengan keterlibatan aktif dalam UI GreenMetric.

UI GreenMetric adalah pemeringkatan Universitas Dunia melalui acara publikasi tahunan yang dilaksanakan oleh UI GreenMetric. Sedangkan UI GreenMetric sendiri adalah program dari Universitas Indonesia pada bidang pemuliaan lingkungan hidup berwawasan hijau pada perguruan tinggi. UI GreenMetric menilai universitas berdasarkan komitmen dan tindakan universitas terhadap penghijauan dan keberlanjutan lingkungan¹⁰¹. Dengan menggunakan dasar komitmen dan tindakan berbasis pengisian borang, maka hal ini menuntut kerja kolaboratif inklusif karena melibatkan semua elemen yang ada pada civitas UIN Sunan Ampel Surabaya.

B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Teori yang digunakan dalam proses penelitian ini menggunakan teori Komunikasi Dakwah dalam Prespektif *Eco-Campus*.

1. Pola Komunikasi Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Perspektif *Eco-Campus*

Berdasarkan data penelitian yang telah dijabarkan di atas, seluruh informan yaitu civitas akademika UIN Sunan Ampel sepakat bahwasannya inklusivitas atau keterbukaan dalam berkomunikasi terutama komunikasi mengenai *eco-campus* sangatlah penting. Karena merasa sangat penting maka mereka menggunakan berbagai cara agar inklusivitas dalam berkomunikasi bisa berjalan lancar. Di antara berbagai cara yang dilakukan agar inklusitas

¹⁰¹ Mitsutaka Matsumoto et al., *Sustainability Through Innovation in Product Life Cycle Design*, Springer, 2017.

berjalan lancar ialah dengan memperbanyak *space quote* dan *flyer* mengenai pentingnya *eco-campus*.

Kesadaran akan pentingnya inklusivitas atau keterbukaan dan berbagai cara agar inklusivitas berjalan lancar disebabkan oleh faktor kesadaran budaya akan pentingnya menjaga alam. Jika tidak sadar tidak mungkin seseorang akan inklusif terhadap hal-hal yang penting di sekitarnya, sebab dengan terbuka akan mengetahui berbagai hal dan mendapatkan pengalaman yang berbeda. Pengalaman tersebut tentunya akan digunakan pedoman untuk berinteraksi termasuk berkomunikasi dengan berbagai komponen yang berlatar belakang pengetahuan berbeda di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Secara sistemis, inklusivitas dan proses komunikasi dakwah dalam perspektif *eco-campus* ini terjadi dan berhasil berdasarkan akan landasan pelaksanaan komunikasi yang disingkat dengan AIDDA. Formula ini merupakan kesatuan singkatan dari tahapan-tahapan komunikasi dakwah persuasif. A: *Attention* – perhatian, I: *Interest* – minat, D: *Desire* – hasrat, D: *Decision* – keputusan, dan A: *Action* – kegiatan. Komunikasi persuasif, dimulai dengan upaya membangkitkan perhatian *mad'u*. Upaya ini tidak hanya bicara dengan kata-kata yang merangsang, tetapi juga memahami khalayak¹⁰².

Pada tahap *attention*, civitas akademika UIN Sunan Ampel memberikan perhatian untuk menyesuaikan perilaku komunikasi satu orang dengan perilaku komunikasi orang lain (kebijakan), atau sebagai kemampuan untuk menyesuaikan, memodifikasi, atau mengatur perilaku seseorang dalam

¹⁰² Maghfiroh, "Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi."

responnya terhadap suatu gagasan. Giles sebagai orang yang menyusun teori ini menyebut perilaku memperhatikan ini dengan sebutan “konvergensi” atau menjadi satu (*coming together*), sedangkan lawannya adalah “divergensi” atau menjauh/terpisah (*moving apart*) yang terjadi jika pembicara mulai memperkuat perbedaan mereka.

Untuk keberhasilan dakwah persuasif, formula AIDDA (*attention, interest, desire, decision, action*) dijadikan landasan pelaksanaan dakwah. Dimana da'i berusaha membangkitkan perhatian (*attention*) mad'u, lalu menumbuhkan minat mad'u (*interest*), memunculkan hasrat (*desire*), mad'u untuk mengambil keputusan (*decision*) melakukan suatu kegiatan atau tindakan (*action*) sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh dai. Semua itu dapat dilakukan melalui komunikasi persuasif¹⁰³.

Kebenaran relevansi teori komunikasi dakwah persuasif dengan temuan pada pokok pembahasan ini bisa dilihat dari kalimat “Kemampuan untuk menyesuaikan diri, memodifikasi, atau mengatur perilaku seseorang dalam responya terhadap suatu gagasan/kebijakan”. Relevansi tersebut dibuktikan dengan kesadaran budaya civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya akan pentingnya nilai-nilai *eco-campus*/menjaga alam.

Dalam inklusivitas tentunya harus melakukan berbagai cara seperti kemampuan berkomunikasi, kemampuan menyesuaikan diri, kemampuan mempengaruhi orang lain dan sebagainya agar bisa mengajak orang lain terutama yang berbeda budaya untuk berkomunikasi. Kalau tidak memiliki

¹⁰³ Markarma, “Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Alquran.”

kemampuan tersebut maka inklusivitas tersebut akan sia-sia dan komunikasinya tidak akan berjalan efektif.

Jika inklusivitas sukses, maka komunikasi akan berjalan sukses, dan untuk membangun hubungan dengan orang lain juga sukses. Inilah pentingnya inklusivitas dalam komunikasi terutama komunikasi antar anggota. Maka tak heran, agar keinklusiivitasan berjalan lancar, civitas UIN Sunan Ampel Surabaya melakukan berbagai cara guna memahamkan diri sendiri tentang pentingnya penjagaan alam sekitar.

Kesadaran akan pentingnya pemahaman tentang keberlanjutan lingkungan dan pentingnya menjadi orang yang mudah mempertahankan keefektifan dalam keterbukaan/inklusiivitas adalah tambahan bukti dari kesadaran budaya yang menjadi temuan pada pokok pembahasan ini. Dalam pengertian teori komunikasi yang telah disebutkan di atas ada kata “konvergensi” atau menjadi satu (*coming together*) dan “Divergensi” atau menjauh/terpisah (*moving apart*).

Yang dimaksud dengan konvergensi adalah strategi yang digunakan untuk beradaptasi dengan kebijakan atau wacana yang dibuat. Sedangkan divergensi strategi yang digunakan untuk menonjolkan perbedaan verbal dan nonverbal di antara para komunikator.

Untuk semakin memahami terkait prespektif *eco-campus* dan menjadi orang yang mudah bergaul dengan alam, pemangku kebijakan harus beradaptasi dengan identitas komunikannya seperti pemahaman bahasa bahasa anak muda dan masa kini dalam kehidupan keseharian. Untuk mudah bergaul mau tidak mau harus bisa menyesuaikan diri dengan orang yang

dituju, seperti tidak memberikan masukan/komentar yang tidak disukai komunikannya. Namun, meskipun mahasiswa bisa menyesuaikan diri tentunya

Kesesuaian hasil analisis antara temuan pada pokok pembahasan ini yaitu kesadaran akan prespektif *eco-campus* dengan teori komunikasi dakwah persuasif menunjukkan relevansi temuan pada pokok pembahasan ini dengan teori tersebut.

Tak hanya itu kesesuaian antara temuan pada pokok pembahasan ini dengan teori komunikasi dakwah persuasif bisa dilihat pada salah satu asumsinya, yaitu cara di mana seseorang mempersepsikan tuturan dan perilaku orang lain akan menentukan bagaimana orang tersebut mengevaluasi sebuah percakapan.

Jika digambarkan dalam sebuah bagan, maka pola komunikasi antara civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam perspektif *Eco-Campus* akan terjadi sebagai berikut, yakni pola inklusif persuasif:

<i>Attention</i>	<i>Interest</i>	<i>Desire</i>	<i>Decision</i>	<i>Action</i>
Proses pemberian perhatian antara komunikator dan komunikan mengenai	Menumbuhkan keterkaitan mad'u	memunculkan hasrat untuk melakukan penjagaan alam.	Mengambil keputusan untuk menjaga alam.	Melakukan penjagaan alam.

pentingnya				
eco-campus				

Kesemua hal di atas disampaikan melalui inklusivitas komunikasi, sehingga antara komunikator dan komunikan, tercapai maksud yang diharapkan. Sedangkan dalam proses persuasif dilakukan dalam dua hal, yakni dengan proses pembelajaran di kelas dan pemasangan quote, flyer, dan meme, serta doodle di sekitaran kampus UIN Sunan Ampel Surabaya.

Jika dilihat dari pemahaman civitas akademika mengenai penyemaian dalam kelas klasikal yang ada kaitan dengan alam dan manusia di atas, yakni manusia juga memiliki amanah besar yang diembannya sebagai perwakilan “Pencipta” di dunia atau yang sering disebut “khalifah *fi al-ardh*,” hal ini mengindikasikan suatu pemahaman bahwa manusia punya kewajiban untuk menginvestigasi dan menyempurnakan ciptaan (alam) dengan pengetahuan yang telah dibekalkan oleh Tuhan.¹⁰⁴

Tuhan sebagai sumber melalui ajarannya menegaskan akan wujud dirinya yang maha atas segala yang telah diciptakan. Bagi kalangan materialisme sebagaimana diungkap dalam “Dialectical Materialism” A. Sirin (dalam Mahzumi) bahwa kesatuan dan ketergantungan yang paling intim antara manusia dan alam secara nyata terletak pada *biospher* selimut tipis bumi yang menghimpun hubungan materialistik antar semua yang ada di bumi termasuk manusia. Jika salah satu materi menghilang akan

¹⁰⁴ Fikri Mahzumi, Kalam Rimba (Ekoteologi Transformatif di Pesantren Walisongo Tuban), *Prosiding Annual International Conference on Islamic Studies (AICIS)*, November 2016, 10.

mempengaruhi materi yang lain. Maka jika alam tidak ada, tentu manusiapun sirna.¹⁰⁵

Sedang manusia adalah makhluk yang paling siap sebagaimana yang ditetapkan oleh penciptanya sendiri untuk menerima amanah menjaga keselarasan antara Tuhan, semesta dan dirinya. Untuk terwujudnya hal itu maka Tuhan membebankan kewajiban bagi manusia untuk beribadah, taat pada hukum-hukum yang ditetapkan, respek terhadap lingkungan dan menjauh dari dosa dan larangan Tuhan.

Sebagaimana disimpulkan oleh The Assisi declarations (1986) bahwa ke-*khalifah*-an adalah konsep sentral etika lingkungan dalam ajaran agama Abrahamik dan basis dari ekoteologi yang telah dikembangkan dalam forum dialog antar agama untuk penyelamatan alam. Rekonstruksi pemahaman terhadap makna “wakil Tuhan” yang semula cenderung *anthropocentric dominant* sebagaimana ajaran klasik agama dan diamini oleh modernisme membentuk ide transformatif dalam pemahaman teologi tentang “amanah Tuhan” untuk manusia terhadap alam yang akan punya konsekuensi pertanggung-jawaban di peradilan Tuhan pasca kematian manusia (*moksa*).¹⁰⁶

Bagan 1: Skema Pemahaman civitas akademika UIN Sunan Ampel mengenai eco-campus

¹⁰⁵ Fikri Mahzumi, “Kalam Rimba,” 10.

¹⁰⁶ The Assisi declarations. The Assisi declarations Messages on Humanity and Buddhism, Christianity, Hinduism, Islam & Judaism. Basilica di S. Francesco WWF 25th Anniversary, September 29, 1986. tersedia di <http://www.arcworld.org/downloads/THE%20ASSISI%20DECLARATIONS.pdf>, diakses 28 Juni, 2020.

Dasar pemahaman tentang *suistorable*
lingkungan: Al-Qur'an dan Sunnah



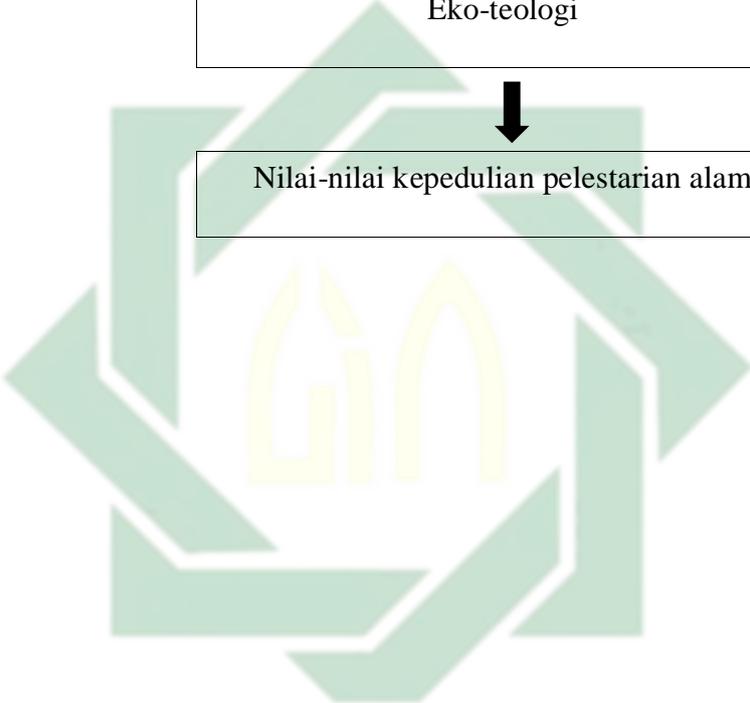
Theology Perspective



Eko-teologi



Nilai-nilai kepedulian pelestarian alam



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan fokus penelitian, data dan temuan penelitian serta pembahasan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pola komunikasi antara Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dalam perspektif *Eco-Campus* adalah inklusif persuasif. Kesadaran bersama ini muncul sebagai intuisi bahwasannya setiap warga kampus menginginkan suasana lingkungan kampus yang hijau dengan efisiensi energi pada berbagai bidang penunjang sarana dan prasarana pendidikan. Bahwa penting dalam mewujudkan suasana kampus yang demikian ini, semua pihak saling bahu membahu bersama mewujudkannya.
2. Dalam rangka membangun komitmen perspektif *Eco-Campus* pada civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya melalui kajian komunikasi dakwah adalah dengan pola inklusifitas tersebut didukung figur kepemimpinan yang komitmen dan masuk pada UI GreenMetric

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, penulis menyadari akan masih banyak kekurangan dan jauh dari suatu kesempurnaan, dan penulis sangat menyadari atas kemampuan yang penulis miliki masih sangat kurang. Karena penulis disini masih dalam proses belajar. Maka dari itu penulis memiliki saran :

1. Kepada peneliti selanjutnya yang bertemaakan sama dengan penelitian ini disarankan untuk lebih memahami kajian teoritik terkait komunikasi dakwah sebelum terjun ke lapangan agar mendapatkan kajian yang cukup kokoh.
2. Untuk civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya agar lebih baik lagi dalam manajemen administrasi sehingga data yang bersifat penting dapat tertabulasi utamanya rubrik dalam borang UI GreenMetric selain diunggah pada sistem untuk mendapatkan skor pe-rankingan, juga dapat menjadi dasar kebijakan mewujudkan eco campus yang sesungguhnya, selain itu, hal ini nantinya memudahkan peneliti-peneliti yang datang berikutnya dalam pengambilan data.
3. Terakhir, penulis menyarankan kepada civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dan segenap lingkungan masyarakat stakeholder untuk menjaga apa yang telah diwujudkan oleh konsep eco campus ini sehingga bermanfaat bagi kemajuan lembaga dan kemakmuran warga sekitar. Melalui intreraksi inklusif partisipatif yang baik dan yang bersifat asosiatif ini maka UIN Sunan Ampel Surabaya dapat menjadi barometer penerapan eco campus yang dirujuk khususnya bagi sesama PTKIN di bawah Kementeria Agama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhammad Qodaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Qiara Media, 2019.
- Abidin, Djamalul. *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*. Jakarta: Gema Insani Press, 1996.
- Akbar Yanuar; Setiabudi, Djoko, Kurniawan; Luqman. "Komunikasi Strategis Universitas Diponegoro Dan Universitas Negeri Semarang Dalam Membangun Brand Image Universitas Sebagai Green University." *Interaksi Online* 1,3, no. Vol 1, No 3: Agustus 2013 (2013).
- Akhirudin, Akhirudin. "Dakwah Islam Kontemporer Kajian Pemikiran Ismail Raji Al-Faruqi." *Jurnal Dakwah* 22, no. 1 (2021): 1–44.
- Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2008.
- Anwar, Arifin. *Dakwah Kontemporer; Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Atabik, Ahmad. "Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Qur'an." *At-Tabsyir: Jurnal Penyiaran Komunikasi Islam* 2, no. 2 (Juli 2014): 20.
- Auerbach, Carl F., dan Louise B. Silverstein. *Qualitative Data: An Introduction to Coding and Analysis*. Qualitative Studies in Psychology. New York: New York University Press, 2003.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Bahfiarti, Tuti. *Buku Ajar Dasar-Dasar Teori Komunikasi*. Makassar: Universitas Hasanuddin, 2012.
- Basit, Abdul. *Dakwah Antar Individu Teori dan Aplikasi*. Revisi. Purwokerto: Tentrem Karya Nusa, 2008.
- Berg, Bruce L., dan Howard Lune. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. Ninth edition. Books a La Carte. Boston: Pearson, 2017.
- Bodgan, R, dan Sari Knopp Bicklen. *Qualitative Research in Education*. Buston: Allyn & Bacon, 1982.
- Budi, Rayudaswati. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Makassar: Kretakupa, 2010.
- Burhanuddin, Burhanuddin. "Membangun Pola Komunikasi Dakwah Sebagai Alternatif Mencegah Sikap Intoleransi Beragama." *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* 21, no. 1 (10 Juli 2019): 19–42. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v21i1.11796>.

- Canggara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press, 2014.
- Creswell, Jhon W. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset. Memilih di antara lima pendekatan*. Terj. Ahmad Lintang Lazuardi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Effendy, Onong Uchyana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995.
- . *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Ilaihi, Wahyu, dan Hefni Harjani. *Pengantar Sejarah Dakwah*. Jakarta: Prenada Media, 2007.
- Jalaluddin, Rokhmat. *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Karyaningsih, RR. Ponco Dewi. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2018.
- Lietz, Cynthia A., dan Luis E. Zayas. “Evaluating Qualitative Research for Social Work Practitioners.” *Advances in Social Work* 11, no. 2 (28 September 2010): 188–202. <https://doi.org/10.18060/589>.
- Maghfiroh, Eva. “Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi” 2, no. 1 (2016): 15.
- Markarma, Andi. “Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Alquran.” *HUNAF: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 1 (19 Juni 2014): 127. <https://doi.org/10.24239/jsi.v11i1.344.127-151>.
- Moelong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Mubarok, Ahmad. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Pustaka Firdaus, 2009.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- . *Komunikasi Populer, Kajian Komunikasi dan Budaya*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2014.
- Nugraheni, Yuli. *Komunikasi dan Isu Publik*. Yogyakarta: Buku Litera, 2015.
- Pareno, Sam Abede. *Kuliah Komunikasi*. Surabaya: Papyrus, 2002.
- Pirol, Abdul. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Ridla, M. Rosyid, Afif Rifa'i, dan Suisyanto Suisyanto. *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah, Prespektif, dan Ruang Lingkup*. Yogyakarta, 2017.

- Rifda, Saidati Ismaha. "Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah." Preprint. Open Science Framework, 13 Agustus 2020. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9gwqr>.
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2 Januari 2019): 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- Romli, Asep Syamsul M. *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*. Jakarta: Romeltea, 2013.
- Seidman, Irving. *Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and the Social Sciences*. 3rd ed. New York: Teachers College Press, 2006.
- Sugiyono, Sugiyono. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharto, Suharto. "Fungsi Komunikasi Dakwah di Era Multi Media." *Al-Mishbah* 15, no. 1 (2019): 23–32.
- Sukayat, Tata. *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: LKiS, 2016.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Syahrullah, Syahrullah. "Nuansa Fiqhiyah Dalam Zahrah Al-Tafasir Karya Muhammad Abu Zahrah." *Al-Bayan: Jurnal Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* 1, no. 2 (30 Desember 2016): 131–38. <https://doi.org/10.15575/al-bayan.v1i2.1597>.
- Syaodih, Nana. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2019.
- Takari, Muhammad. "Memahami Ilmu Komunikasi," t.t., 15.
- Taylor, Peter C., dan John Wallace, ed. *Contemporary Qualitative Research: Exemplars for Science and Mathematics Educators*. Science & Technology Education Library 33. Dordrecht: Springer, 2007.
- Zabidi, Ahmad. "Sayyid Qutb's Concept of Da'wa in His Fi Zilal al Quran." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 14, no. 2 (30 Desember 2020): 167–86. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v14i2.9660>.
- Fikri Mahzumi, Kalam Rimba (Ekoteologi Transformatif di Pesantren Walisongo Tuban), *Prosiding Annual International Conference on Islamic Studies (AICIS)*, November 2016, 10.
- The Assisi declarations. The Assisi declarations Messages on Humanity and Buddhism, Christianity, Hinduism, Islam & Judaism. Basilica di S. Francesco WWF 25th Anniversary, September 29, 1986. tersedia di <http://www.arcworld.org/downloads/THE%20ASSISI%20DECLARATIONS.pdf>, diakses 28 Juni, 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Shinfi Wazna Auvaria, Dosen Teknik Lingkungan FST, pada pukul 12: 50 pada tanggal 7, 5, 2019.

Wawancara dengan Zainul Arif, Mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya, pada 22 Agustus 2021.

Wawancara dengan Endang Kusnia, Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Ampel Surabaya, 22 Juli 2021.

Wawancara dengan Efi Fitria, Mahasiwa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 17 September 2021.

Wawancara dengan Ahmad Khusaini, Mahasiwa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 12 Juli 2021.

Wawancara dengan Agus Afandi, Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 23 Agustus 2021.

Wawancara dengan Muhammad Andik Izzuddin, ketua pusat lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya, 11 Agustus 2021.

Akbar Yanuar; Setiabudi, Djoko, Kurniawan; Luqman. "Komunikasi Strategis Universitas Diponegoro Dan Universitas Negeri Semarang Dalam Membangun Brand Image Universitas Sebagai Green University." *Interaksi Online* 1,3, no. Vol 1, No 3: Agustus 2013 (2013).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/3113/2972>.

Matsumoto, Mitsutaka, Kejiro Masui, Shinichi Fukushige, and Shinsuke Kondoh. *Sustainability Through Innovation in Product Life Cycle Design*. Springer, 2017.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

LAMPIRAN

WEBINAR ECO CAMPUS

WEBINAR **ZOOM MEETING**
ID: 875 6545 5217 PASSCODE: 265349

UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

MEMBANGUN KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PERSPEKTIF GREEN CAMPUS

Prof. Masdar Hilmy, S.Ag., MA, Ph.D.
REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Dr. Ir. H. Hayu S. Prabowo
NADASUMBER I
(KETUA PLHL GDA MUI)

Prof. Dr. H. Sahid HM, M.Ag., M.H.
KETUA LPM

Prof. Riri Fitri Sari
NADASUMBER II
(KETUA GREEN METRIC WORLD RANKING UNIVERSITAS INDONESIA)

INFORMASI
HARI : KAMIS 6 JULI 2021
WAKTU : 08.30 S/D 12.00 WIB
Pendaftaran: <https://s.id/webinar-eco-campus>
Free E-Sertifikat

MODERATOR
Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag.
MODERATOR
Muhammad Andik Izzuddin, MT
MODERATOR

ECO system: hubungan manusia dan alam
onomy: hubungan antar manusia

EKOSISTEM
Bahan Baku
EKONOMI
Limbah

Jonathan Herz

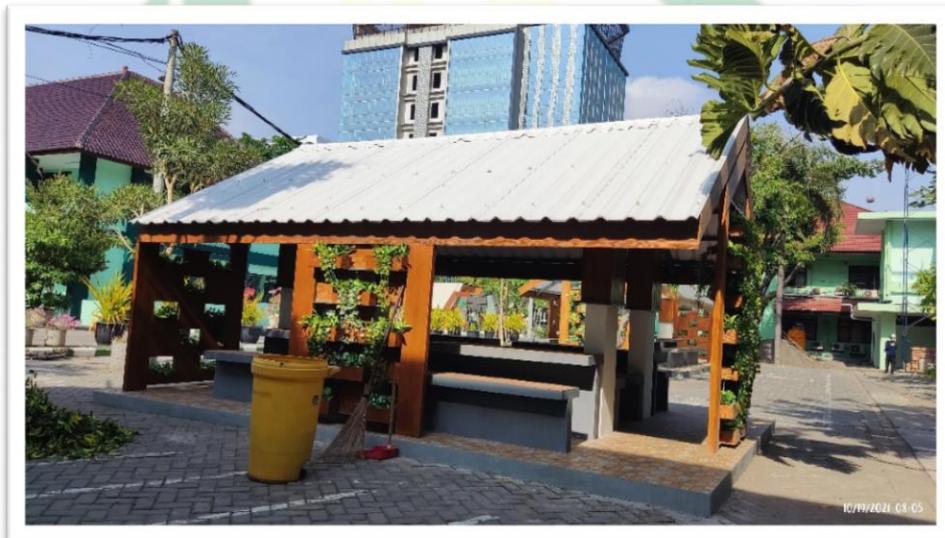
Biaya eksternalitas ekosistem akibat eksploitasi aset sumber daya alam dan pengendalian pencemaran limbah tidak diperhitungkan secara finansial dalam kegiatan ekonomi saat ini.

Webinar “Membangun Komunikasi Dakwah Dalam Prespektif Green Campus”

KONDISI LINGKUNGAN HIJAU UIN Sunan Ampel Surabaya



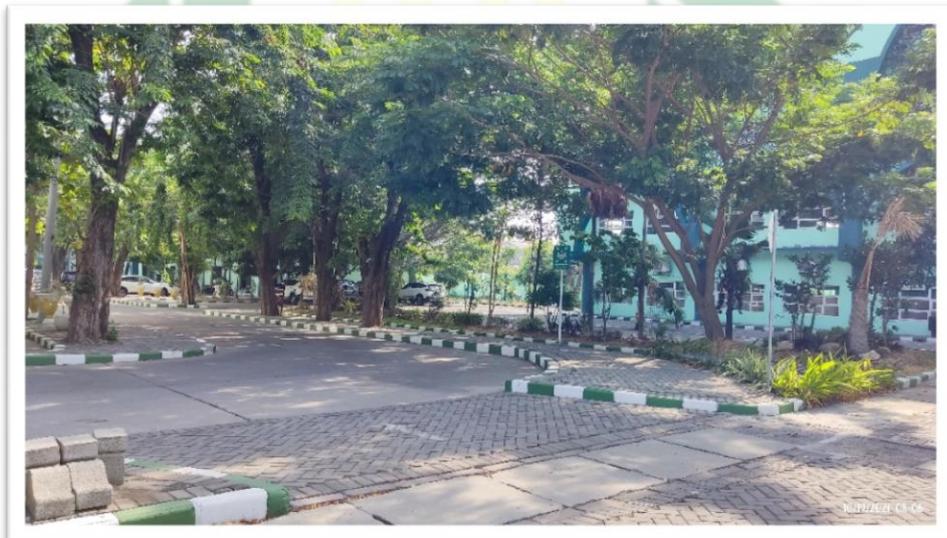
Lingkungan Hijau Depan Masjid Ulul Albab



Lingkungan Ramah Hijau di Depan Fakultas Ushuluddin



Lingkungan di Depan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan



Lingkungan Hijau di Depan Fakultas Adab dan Humaniora



FGD 1 Dengan Pusat Studi Lingkungan Universitas Negeri Malang



FGD 2 Dengan Pusat Studi Lingkungan Universitas Negeri Malang



KEPUTUSAN REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
NOMOR 307 TAHUN 2021
TENTANG
PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN 2021
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA,

- Menimbang : a. bahwa dalam rangka pelaksanaan Program Bantuan Penelitian, Publikasi Ilmiah, dan Pengabdian kepada Masyarakat (Litapdimas) Tahun Anggaran 2020 yang tertunda akibat *refocusing* anggaran untuk penanganan Covid-19, perlu dilaksanakan pemberian Bantuan Litapdimas Tahun 2021;
- b. bahwa sebagai tindak lanjut Surat Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: B713/DJ.I/Dt.I.III/ TL.00/04/2020, tanggal 3 April 2020 perihal Tindak Lanjut Edaran Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 697/03/2020 di Bidang Litapdimas (Penelitian, Publikasi Ilmiah, dan Pengabdian kepada Masyarakat);
- c. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam Lampiran keputusan ini, dinilai memenuhi syarat, tahapan, dan ketentuan sebagai penerima bantuan penelitian;
- d. bahwa berdasarkan pertimbangan huruf a, b, dan c di atas, perlu menetapkan Keputusan Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya tentang Penerima Bantuan Penelitian Tahun 2021 UIN Sunan Ampel Surabaya;
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan;
4. Peraturan Menteri Agama Nomor 8 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya;
5. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
6. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
7. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 20 Tahun 2018 tentang Penelitian;
8. Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama 55 Tahun 2014 tentang Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat pada Perguruan Tinggi Keagamaan;
9. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 112/PMK.02/2020 tentang Standar Biaya Keluaran Tahun Anggaran 2021;

10. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 7320 Tahun 2020 tentang Petunjuk Teknis Program Bantuan Penelitian, Publikasi Ilmiah, dan Pengabdian kepada Masyarakat (Litapdimas) Lanjutan Tahun Anggaran 2021;
11. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 7322 Tahun 2020 tentang Petunjuk Teknis Program Bantuan Penelitian Berbasis Standar Biaya Keluaran pada Perguruan Tinggi.

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN 2021 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA.

KESATU : Menetapkan Penerima Bantuan Penelitian Tahun 2021 dengan klaster judul penelitian dan jumlah bantuan penelitian sebagai berikut:

- a. Penelitian Peningkatan Kapasitas/Pembinaan sebagaimana tersebut dalam Lampiran I Keputusan ini;
- b. Penelitian Dasar Pengembangan Program Studi sebagaimana tersebut dalam Lampiran II Keputusan ini;
- c. Penelitian Dasar Interdisipliner sebagaimana tersebut dalam Lampiran III Keputusan ini;
- d. Penelitian Pengembangan Pendidikan Tinggi sebagaimana tersebut dalam Lampiran IV Keputusan ini;
- e. Penelitian Terapan Kolaborasi antar Perguruan Tinggi sebagaimana tersebut dalam Lampiran V Keputusan ini;
- f. Penelitian Terapan Dan Pengembangan Nasional sebagaimana tersebut dalam Lampiran VI Keputusan ini;
- g. Penelitian Terapan Kajian Strategis Nasional sebagaimana tersebut dalam Lampiran VII Keputusan ini;
- h. Pengabdian kepada Masyarakat Berbasis Prodi sebagaimana tersebut dalam Lampiran VIII Keputusan ini;
- i. Pemberdayaan Pendampingan Masyarakat Berbasis Lembaga Keagamaan sebagaimana tersebut dalam Lampiran IX Keputusan ini;
- j. Penulisan dan Penerbitan Buku Berbasis Riset dan E-book sebagaimana tersebut dalam Lampiran X Keputusan ini.

KEDUA : Tahapan pencairan bantuan penelitian yang diberikan kepada masing-masing adalah sebagai berikut:

- a. Bantuan penelitian dengan nilai kontrak kurang dari Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah) dicairkan dalam 1 (satu) tahap sekaligus dengan ketentuan telah memenuhi kelengkapan dokumen sebagaimana dimaksud dalam Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 7322 Tahun 2020 tentang Petunjuk Teknis Program Bantuan Penelitian Berbasis Standar Biaya Keluaran pada Perguruan Tinggi;
- b. Bantuan penelitian dengan nilai kontrak sama dengan dan/atau lebih dari Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah) dicairkan dalam 2 (dua) tahap, dengan rincian:
Tahap pertama : 70% (tujuh puluh persen) dari nilai kontrak.
Tahap kedua : 30% (tiga puluh persen) dari nilai kontrak.

Pencairan Tahap pertama dan tahap kedua dilakukan telah memenuhi kelengkapan dokumen sebagaimana dimaksud dalam Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 7322 Tahun 2020 Petunjuk Teknis Program Bantuan Penelitian Berbasis Standar Biaya Keluaran pada Perguruan Tinggi.

- KETIGA : Penerima bantuan penelitian wajib melampirkan bukti pengeluaran pertanggungjawaban keuangan sebagaimana ketentuan dalam Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 7322 Tahun 2020 tentang Petunjuk Teknis Program Bantuan Penelitian Berbasis Standar Biaya Keluaran pada Perguruan Tinggi, serta pengurusan Hak Kekayaan Intektual (HKI) dibebankan pada Penerima Bantuan Penelitian Tahun 2021 UIN Sunan Ampel Surabaya.
- KEEMPAT : Biaya yang dikeluarkan sebagai akibat Keputusan ini dibebankan kepada anggaran DIPA Tahun Anggaran 2021 UIN Sunan Ampel Surabaya Nomor: DIPA-025.04.2.423770/2021, tanggal 23 November 2020.
- KELIMA : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Surabaya
pada tanggal 22 Februari 2021
REKTOR/
KUASA PENGGUNA ANGGARAN,


MASDAR HILMY

Tembusan :

1. Direktur Jenderal Pendidikan Agama Islam Kementerian Agama RI, Jakarta;
2. Wakil Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya;
3. Kepala Biro UIN Sunan Ampel Surabaya;
4. Dekan Fakultas UIN Sunan Ampel Surabaya;
5. Kepala Bagian Keuangan dan Akuntansi UIN Sunan Ampel Surabaya;
6. Yang bersangkutan.

LAMPIRAN I
KEPUTUSAN REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
NOMOR 307 TAHUN 2021
TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN
2021 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

PENERIMA BANTUAN PENELITIAN PENINGKATAN KAPASITAS/PEMBINAAN
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

NO	NAMA/NIP/NUP	UNIT KERJA	JUDUL	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
1	Abdul Hakim, M.EI 197008042005011003	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Analisis Dampak Implementasi Program Smart Kampung pada Aspek Ekonomi dan Layanan Publik di Kabupaten Banyuwangi	Rp. 15.000.000,-
2	Dr. Hj. Fatmah, ST. MM. 197507032007012020	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Determinan Adopsi Inovasi Usaha pada Istri Nelayan Blimbingsari Banyuwangi	Rp. 15.000.000,-
3	Dr.Hj.Dakwatul Chairah, M, Ag. 195704231986032001	Fakultas Syariah dan Hukum	Mengulik Faktor Penyebab Keengganan Mencatatkan dan Mengesahkan Rujuk Menurut Kompilasi Hukum Islam dan Peraturan Menteri Agama No. 19 Tahun 2018 (Studi Terhadap Persepsi Kepala KUA Gondangwetan dan Panggungrejo Pasuruan)	Rp. 15.000.000,-
4	Abdul Hakim, MT 198008062014031002	Fakultas Sains dan Teknologi	Efektifitas Biodrain Sebagai Resapan Air	Rp. 15.000.000,-
5	Juhaeni, M.Pd.I. 198607032018012002	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Pengembangan Media Pembelajaran Mata Kuliah Teknologi Informasi Berbasis Learning Management System	Rp. 15.000.000,-
6	Mauludiyah, MT 201409003	Fakultas Sains dan Teknologi	Estimasi Biaya Pencemaran di Wilayah Pesisir Kenjeran Surabaya	Rp. 15.000.000,-
7	Nirmala Fitria Firdhausi, S.Si.,M.Si 198506252011012010	Fakultas Sains dan Teknologi	Pemanfaatan Pati Sagu (Metroxylon Sagoo) dan Limbah Kulit Jeruk Sebagai Bioplastik Pembungkus Makanan (Edible Film) Ramah Lingkungan	Rp. 15.000.000,-
8	Purwanto, M.HI 197804172009011009	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Hibridisasi Tradisi dan Kerukunan Umat Beragama (Studi Kasus Intern Umat Islam di Jampirogo Sooko Mojokerto)	Rp. 15.000.000,-
9	Dyah Ratri Nurmaningsih, M.T 198503222014032003	Fakultas Sains dan Teknologi	Simulasi Penanganan Limpasan Banjir Sungai di Kota Semarang dengan Berbagai Sekenario	Rp. 15.000.000,-
10	Holilur Rohman, MHI 198710022015031005	Fakultas Syariah dan Hukum	Kesetaraan Jender dalam KHI dan CLD-KHI Perspektif Al- Adillah Al-Syar'iyah Al- Maqasidiyyah	Rp. 15.000.000,-
11	Noverma, M.Eng 198111182014032002	Fakultas Sains dan Teknologi	Analisis Indeks Kerentanan Wilayah Terhadap Bencana Banjir Sebagai Upaya Pengurangan Resiko Bencana (Studi Kasus Wilayah Pasuruan Jawa Timur)	Rp. 15.000.000,-

NO	NAMA/NIP/NUP	UNIT KERJA	JUDUL	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
12	Soffy Balgies, M.PSI. 197609222009122001	Fakultas Psikologi dan Kesehatan	Studi Deskriptif Spiritual Leadership Kepala Madrasah Negeri di Surabaya	Rp. 15.000.000,-
13	Dr. Wasid, SS, M.Fil.I 2005196	Fakultas Adab dan Humaniora	Nasionalisme Santri; Pergolakan Santri Melawan Penjajah Tahun 1945 (Perspektif Sejarah)	Rp. 15.000.000,-
14	Dra. Mierrina, M.Si. 196804132014112001	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Model Neurosains Spiritual pada Problema Psikologis Orang Lanjut Usia	Rp. 15.000.000,-
15	Efa Suriani, M.Eng 197902242014032003	Fakultas Sains dan Teknologi	Kajian Studi Alternatif Desain Bangunan Terhadap Ketahanan Gedung Akibat Beban Lateral (Potensi Gempa) pada Bangunan Tinggi di UIN Sunan Ampel Surabaya	Rp. 15.000.000,-
16	Oktavi Elok Hapsari, M.T 198510042014032004	Fakultas Sains dan Teknologi	Analisis Desain Musala pada Ruang Terbuka Publik Terhadap Kenyamanan Pengguna (Studi Kasus : Musala pada Taman Kota di Surabaya)	Rp. 15.000.000,-
17	Sulistiyah Nengse, MT 199010092020122019	Fakultas Sains dan Teknologi	Evaluasi Aspek Lingkungan Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya Menuju Kampus Keagamaan Berkelanjutan (Green Campus)	Rp. 15.000.000,-
18	Ida Munfarida, M.Si 198411302015032001	Fakultas Sains dan Teknologi	Pengaruh Kendaraan Bermotor Terhadap Pencemar Udara Karbon Monoksida (co) di Jalan Utama di Kota Surabaya	Rp. 15.000.000,-
19	Zakiyatul Ulya, M.H.I. 199007122015032008	Syariah dan Hukum	Analisis Hukum Islam Terhadap Pedoman Praktis Menuju Keluarga Sakinah dan Tuntunan Menuju Keluarga Islami Sebagai Acuan dalam Pembentukan Keluarga Sakinah	Rp. 15.000.000,-
20	Merlin Apriliyanti, S.Kom 201410018	Fakultas Sains dan Teknologi	Peningkatan Kapasitas Kinerja dan Pelayanan Akademik Laboratorium integrasi UIN Sunan Ampel Surabaya Berbasis Aplikasi Program Kerja	Rp. 15.000.000,-
21	Dr. H. Muh. Khoirul Rifai, M.Pd.I 198207122015031001	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Respon Pesantren Terhadap Pemberlakuan Sistem Zonasi Penerimaan Peserta Didik Baru	Rp. 15.000.000,-
22	Siti Kamilatus Saidah, S.Psi 201409016	Fakultas Psikologi dan Kesehatan	Deteksi Dini Psikologi Anak Sekolah Akibat Kecanduan Gadget Menggunakan Sistem Informasi Berbasis Multimedia	Rp. 15.000.000,-
23	Dian Sari Maisaroh, M.Si 198908242018012001	Fakultas Sains dan Teknologi	Kondisi Terumbu Karang di Pantai Wisata Kampung Kerapu Situbondo dan Strategi Pengelolaannya	Rp. 15.000.000,-
24	Rr Diah Nugraheni Setyowati, ST., MT 198205012014032001	Fakultas Sains dan Teknologi	Pemanfaatan Moringa Oleifera Melalui Proses Elektroflotasi Biokoagulasi dalam Pengolahan Limbah Cair Menuju Terci	Rp. 15.000.000,-

NO	NAMA/NIP/NUP	UNIT KERJA	JUDUL	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
25	Agus Solikin, M.Si 198608162015031003	Fakultas Syariah dan Hukum	Dasar – Dasar Matematika Astronomi Perhitungan Arah Kiblat dan Waktu Shalat Dalam Nalar Ayat - Ayat Semesta dan Implementasinya di Pesantren Sains (<i>Trensains</i>)	Rp. 15.000.000,-
26	Isna Fistiyan, S.Sos 197808212005012005	Perpustakaan	Model Program Literasi Informasi Perpustakaan Menurut Standar Seven Pillars Sconul (Studi Kasus Pada Perpustakaan di Perguruan Tinggi Keislaman Negeri di Jawa Timur)	Rp. 15.000.000,-
27	Dra. Siti Dalilah Candrawati, M.Ag 196006201989032001	Fakultas Syariah dan Hukum	Urgensi Penetapan Hakim Atas Permohonan Itsbat Nikah di PA Bangkalandan PA Sampang Dalam Perspektif Hukum Keluarga Islam Indonesia	Rp. 15.000.000,-
28	Widya Nilandita, M. KL 198410072014032002	Fakultas Sains dan Teknologi	Pemetaan Kondisi iSanitasi Lingkungan Dasar Serta Risiko Penyakit Pada Pondok Pesantren di Kota Surabaya	Rp. 15.000.000,-
29	Irul Hidayati, M. Kes 198102282014032001	Fakultas Psikologi dan Kesehatan	Analisis Kontaminasi Koliform dan Escherichia Coli Pada Makanan di Kantin UIN Sunan Ampel Surabaya.	Rp. 15.000.000,-
30	Ummi Rodliyah, S.Ag.,S.IPL., M.Hum. 197506232003122001	Perpustakaan	Evaluasi Kinerja Layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya: Berbasis Instrumen Akreditasi Perpustakaan Nasional dan Standards For Libraries In Higher Education	Rp. 15.000.000,-
31	Yusrianti, M.T 198210222014032001	Fakultas Sains dan Teknologi	Analisis Pemanfaatan Pelican Cross Dalam Mengurangi Risiko Kecelakaan Bagi Pejalan Kaki di Jalan Ahmad Yani Kota Surabaya	Rp. 15.000.000,-
32	Rizki Rahmadini Nurika, S.Hub.Int., M.A. 199003252018012001	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Dua “Mata Pisau” Asean Economic Community (AEC): Peluang dan Ancaman Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Jawa Timur	Rp. 15.000.000,-

REKTOR,


MASDAR HILMY



1

LAMPIRAN II
KEPUTUSAN REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
NOMOR 307 TAHUN 2021
TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN
2021 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

PENERIMA BANTUAN PENELITIAN DASAR PENGEMBANGAN PROGRAM STUDI
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL PENELITIAN	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
1	Prof. Dr. Zumrotul Mukaffa, M.Ag 197010151997032001 Uswatun Chasanah, M.Pd.I 198211132015032003	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Efektivitas Penggunaan Flashcard untuk Meningkatkan Keterampilan Literasi Peserta Didik Berkebutuhan Khusus di Sekolah Dasar YAPITA	Rp. 24.000.000,-
2	Dr. Wiwik setiyani, M.Ag. 197112071997032003 Drs. Eko Taranggono, M.Pd.I 195506061986031004	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Perilaku Masyarakat Beragama dalam Membangun Budaya Toleransi (Studi Fenomenologi Hubungan Antar Agama di Sawangan, Magelang)	Rp. 24.000.000,-
3	Lucky Abrorry, S. Psi., M.Psi 197910012006041005 Drs. H. Hamim Rosyidi, M.Si 196208241987031002	Fakultas Psikologi dan Kesehatan	Kompleksitas Kerja dan Otonomi Kerja Sebagai Mediator Kinerja Kreatif Pegawai	Rp. 24.000.000,-
4	Syamsuri, MHI 197210292005011004 Dr. H. Abdul Kholiq Syafa'at, M.A 197106052008011026	Fakultas Syariah dan Hukum	Formulasi Fiqih Alla'unfi; Studi Atas Pemahaman Kiai Muda di Kabupaten Situbondo Jawa Timur tentang Kekerasan Terhadap Perempuan dalam Kitab Fiqih	Rp. 24.000.000,-
5	Feryani Umi Rosidah, S.Ag,M.Fil.I 196902081996032003 Budi Ichwayudi, M.Fil.I 197604162005011004	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Trilogi Kerukunan Beragama (Interaksi Sosial Keagamaan NU, Muhammadiyah dan Kristen di Desa Pelang Lamongan di Era Globalisasi)	Rp. 24.000.000,-
6	Umi Hanifah, M.Pd.I 197809282005012002 Dr. Mukhoiyaroh, M.Ag. 197304092005012002	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Peningkatan Profesionalisme Guru Bahasa Arab di Era Digital Melalui Sistem Pembelajaran Daring "SPADA" (Studi pada Pendidikan Perofesi Guru di LPTK UIN Sunan Ampel)	Rp. 24.000.000,-
7	Dr. Arbaiyah Yusuf, MA 196405031991032002 Dr. Ana Bilqis Fajarwati, M.Fil.I BO7009	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan - Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Penguatan Pendidikan Karakter Menyiapkan Generasi Emas dengan 21st Century Skill	Rp. 24.000.000,-
8	Siti Rumilah, M.Pd. 197607122007102005 Haris Shofiyuddin, M.Fil.I 198204182009011012	Fakultas Adab dan Humaniora	Strategi Komunikasi Ulama pada Acara dan Idquo : Indonesia Mengaji dan rdquo: Kementerian Agama Republik indonesia	Rp. 24.000.000,-

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL PENELITIAN	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
9	M. Anis Bachtiar, M.Fil.I 196912192009011002 Drs. Prihananto, M.Ag 196812301993031003 Bustanul Arifin, M.Pd.I 21010165007	Fakultas Dakwah dan Komunikasi - IAI Tribakti Lirboyo Kediri	Psikolinguistik Sebagai Pendekatan Komunikasi	Rp. 24.000.000,-
10	Rizka Safriyani, M.Pd 198409142009122005 Dr. Siti Asmiyah, M.TESOL 197704142006042003	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Efikasi diri Dosen dan Mahasiswa Prodi Pendidikan Bahasa Inggris dan Sastra Inggris UIN Sunan Ampel Surabaya	Rp. 24.000.000,-
11	Drs. Nadlir, M.Pd.I 196807221996031002 Dra. Ilun Muallifah, M.Pd 196707061994032001	Tarbiyah dan Keguruan Tarbiyah dan Keguruan	Moderatisme Studi Ilmu Keislaman di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri Pengembangan Model Pembelajaran Berbasis Counter- Radikalisasi pada Prodi PGMI FTK UIN Sunan Ampel Surabaya	Rp. 24.000.000,-
12	Abid Rohman, S. Ag., M. Pd.I 197706232007101006 Dr. Munir Mansyur, M.Pd.I 195903171994031001	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Diplomasi Profetik: Memahami diplomasi Soft Power Cheng Ho di Nusantara	Rp. 24.000.000,-
13	Holilah, S.Ag, M.Si 197610182008012008 Muchammad Ismail, MA 198005032009121003	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Model Komunikasi Anggota DPRD dan Konstituennya di Daerah Periode 2014-2019 (Studi Kasus Anggota DPRD Berpendidikan Tinggi dan Tidak di Dapil I dan III Kabupaten Bangkalan)	Rp. 24.000.000,-
14	Dr. Akhmad Yunan Atho'llah, M. Si 198101052015031003 Ana Toni Roby Candra Yudha, M.SEI 201603311	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Pengembangan Skala Bisnis pada Unit Bisnis di UINSA Surabaya: Analisis S.W.O.T dan Pendekatan Perspektif Maqashid Syariah	Rp. 24.000.000,-
15	Moh. Faizin, M.Pd.I 197208152005011004 Machfud Bachtiyar, M.Pd.I 197704092008011007	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Pengembangan Penguatan Profesionalisme Guru PAI Berbasis Nilai-Nilai Profetik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi PAI Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Ampel Surabaya)	Rp. 24.000.000,-
16	Drs. Saefullah Azhari, Lc. M.Pd.I 196508141997031001 Dr. Muhammad Fahmi, M.Hum.,M.Pd. 197708062014111001	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Korelasi Kaum Khawarij dengan Gerakan Radikalisme Kontemporer Perspektif Sosiologi Pengetahuan.	Rp. 24.000.000,-
17	Drs. H. Sam'un, M.Ag 195908081990011001 Nurissaidah Ulinnuha, M. Kom 199011022014032004	Fakultas Syariah dan Hukum	Penyusunan Takwim Awal Bulan Hijriyah Prodi Ilmu Falak UINSA Berdasarkan Fiqih Hisab Rukyat dan Astronomical Algorithms	Rp. 24.000.000,-

4

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL PENELITIAN	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
18	Moh. Hatta, S.Ag, MHI 197110262007011012 Muhammad Ghufron, Lc, MHI 197602242001121003	Fakultas Syariah dan Hukum	Manajemen Pengelolaan Aset Umat Mazhab Pesantren Surabaya	Rp. 24.000.000,-
19	Dr. Moch. ChoirulArif, S.Ag, M.Fil.I 197110171998031001 Pardianto, M.SI 197306222009011004	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Komunikasi Literasi Wisata Desa Berbasis Teknologi Informasi : Studi Desa Gondoruso, Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang	Rp. 24.000.000,-
20	Dr. H. Muhammad Yazid, S.Ag, M.Si 197311171998031003 Drs. H.M. Faisol Munif, M.Hum 195812301988021001	Fakultas Syariah dan Hukum	<i>Social Capital</i> Syariah Dalam Menumbuhkan Ekonomi Masyarakat	Rp. 24.000.000,-
21	Dr. Iva Yulianti Umdatul Izzah, S. Sos, M.Si 197607182008012022 Amin Tohari, S.Ag, M.Si 197007082000031004	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Model AktivismePerempuan NU dalam Mempromosikan Kesetaraan dan Keadilan Gender di Tingkat Lokal (Studi Kasus Aktivistis Fatayat di Kabupaten Sidoarjo)	Rp. 24.000.000,-
22	Sri Hidayati L, M.Kes 198201252014032001 M. Ratodi, M.Kes 198103042014031001	Fakultas Psikologi dan Kesehatan	Potensi Daphnia Magna sebagai Bioindikator Pencemaran Air oleh Logam Berat Pb dan Cu	Rp. 24.000.000,-
23	Putroue Keumala Intan, M.Si 198805282018012001 Moh. Hafiyusholeh, M.Si 1980020420140310	Fakultas Sains dan Teknologi	Analisis Faktor Tingkat Kepuasan Pengunjung Perpustakaan UIN SunanAmpel Surabaya Dengan Metode Regresi Logistik Ordinal	Rp. 24.000.000,-



UIN SUNAN
S U R A B A Y A

LAMPIRAN III
KEPUTUSAN REKTOR
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
NOMOR 307 TAHUN 2021
TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN 2021
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

PENERIMA BANTUAN PENELITIAN DASAR INTERDISIPLINER
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
1	Drs. Umar Faruq, MM 196207051993031003 Naufal Cholily, M.Th.I 198704272018011001	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Agama, Kitab Suci dan Wawasan Kebangsaan: Telaah Terhadap Pemikiran Syafi'i Ma'arif	Rp. 40.000.000,-
2	Dr. Nasruddin, S.Pd.,M.A 197308032009011005 Ahmad Hanif Fahrudin, M.A 0729058803	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat - Universitas Islam Lamongan	Konstruksi Karakter Toleransi Anak Keluarga Multi Agama di Desa dan Isquo : Pancasila dan Rsquo: Lamongan	Rp. 40.000.000,-
3	Laili Bariroh, M.Si 197711032009122002 M.Anas Fakhrudin, S.Th.I, M.Si 198202102009011007	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Political Entrepreneurship di Madura (Studi tentang Kuasa Aktor dalam Demokratisasi Lokal)	Rp. 40.000.000,-
4	Dr. Nurlailatul Musyafaah, M.Ag 197904162006042002 Dr. Sri Warjiyati, MH 196808262005012001	Fakultas Syariah dan Hukum	Peran Komisi Yudisial Republik Indonesia dalam Mencegah Contempt of Court Perspektif Hukum Islam	Rp. 40.000.000,-
5	Dr. Sanuri, M.Fil.I 197601212007101001 Siti Tatmainul Qulub, M. Si 198912292015032007	Fakultas Syariah dan Hukum	Evaluasi Waktu Shalat Perspektif Maqasid Al- shariah dan rsquoah (Analisis Pemikiran Tono Saksono)	Rp. 40.000.000,-
6	Nova Lusiana, M. Keb 198111022014032001 Muhammad Ma'arif, S. Pd 198601232015031004	Fakultas Psikologi dan Kesehatan - Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Biosintesa Nanopartikel Emas dengan Agen Pereduksi Isolat Daun Tin (ficus Carica) Sebagai Anti Kanker	Rp. 40.000.000,-
7	Drs. Atiq Mohammad Romdlon, M.Ag 196712211995031001 Ahmad Syaikh, MA 196806082001121001	Fakultas Adab dan Humaniora	Analisa Wacana Narasi Tsm (terstruktur, Sistematis, dan Masif) dalam Persidangan Gugatan Pilpres 2019 di Mahkamah Agung (mk) Melalui Uji Linguistik Forensik	Rp. 40.000.000,-
8	Drs. Akh. Mukarram, M.Hum 195609231986031002 Adi Damanhuri 198611012019031010	Fakultas Syariah dan Hukum	Penelitian Kecerlangan Langit dengan Sky Quality Meter (sqm) Untuk Evaluasi Awal Waktu Subuh	Rp. 40.000.000,-
9	Dr. Irma Soraya, M.Pd 196709301993032004 Raudlotul Jannah, M.App.Ling 197810062005012004	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan - Fakultas Adab dan Humaniora	Implementasi Nilai-nilai Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal dalam Pembelajaran Bahasa Inggris di Sekolah Menengah di Surabaya	Rp. 40.000.000,-
10	Faris Muslihul Amin, M. Kom 198808132014031001 Dian Candra Rini Novitasari, M.Kom 198511242014032001	Fakultas Sains dan Teknologi	Expert System Penentuan Stunting pada Bayi Usia dini Sebagai Pencegahan Defisiensi Gizi Menggunakan Metode Artificial Intelligence: LSTM (long Short Term Memory)	Rp. 40.000.000,-

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
11	Dr. Imam Amrusi Jailani, M.Ag 197001031997031001 A. Mufti Khazin, MHI. 197303132009011004	Fakultas Syariah dan Hukum	Moderasi Pembelajaran Agama Islam di Perguruan Tinggi: Langkah Antisipatif Membendung Penyebaran Paham Ekstrem	Rp. 40.000.000,-
12	Dr. Ragwan Albaar, M. Fil. I 196303031992032002 Dr. Nailatin Fauziyah, S.Psi, M.Si 197406122007102006	Fakultas Psikologi dan Kesehatan	Bimbingan Mitigasi Bencana Sebagai Social Support dan Psychological Well Being Terhadap Resiliensi Warga Desa Tangguh Bencana	Rp. 40.000.000,-
13	Dr. Mukhammad Zamzami, Lc, M.Fil 198109152009011011 Dr. H. Abu Bakar, M.Ag 197304041998031006	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Analisis Dekonstruktif Terhadap Perdebatan Ulama Awal, Modern, dan Mutakhir tentang Tafsir Jihad dan Syahid	Rp. 40.000.000,-
14	Dr. Moh. Ansori, S.Ag, M.Fil.I 197508182000031002 Yusria Ningsih, S.Ag, M.Kes 197605182007012022	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Konstruksi Makna Self Esteem Syair "ngudi Susilo" Karya Kh. Bisri Mustofa; Analisa Semiotika dan Impelementasinya dalam Konseling Islam Terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSA Surabaya	Rp. 40.000.000,-
15	Ratna Pangastuti, M. Pd. I 198111032015032003 Ninik Fadhillah, S. Si 198212082015032003	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Pengembangan Model Learn To Think (LTT) Berbasis Integrated Twin Tower (ITT) Untuk Meningkatkan Kreativitas Ilmiah dan Spiritual Mahasiswa PIAUD	Rp. 40.000.000,-
16	Esti Tyastirin, M. KM 198706242014032001 Sarita Oktorina, M. Kes 198710052014032003	Fakultas Sains dan Teknologi - Fakultas Psikologi dan Kesehatan	Perbandingan Aktivitas Prebiotik Inulin Dari Umbi Gembili (Dioscorea Esculenta) Umbi Dahlia (Dahlia Pinnata L.) dan Umbi Yakon (Smallanthus Sonchifolius)	Rp. 40.000.000,-
17	Dr. Ahmad Yusam Thobroni, M.Ag 197107221996031001 Drs. Syamsudin, M.Ag 196709121996031003	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Problematika Konservasi Hutan Gunung Lemongan Klakah Lumajang (kajian tentang Peran Ajaran Al-qur'an dalam Komunitas Laskar Hijau: Perspektif Tafsir Ekologis)	Rp. 40.000.000,-
18	Arfiani Syari'ah, MT 198302272014032001 Dr. Warsito, M.Si 195902091991031001	Fakultas Sains dan Teknologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Konsep Perancangan Sempadan Sungai Sebagai Upaya Mitigasi Bencana	Rp. 40.000.000,-
19	Eva Agustina, M. Si 198908302014032008 Nasrul Fuad Erfansyah, M. Pd. I 198305282018011002	Fakultas Sains dan Teknologi	Pemanfaatan Limbah Pucuk Tebu Sebagai Sumber Selulosa Bahan Baku Plastik Biodegradable	Rp. 40.000.000,-
20	Dr. Abdul Basith Junaidy, M.Ag 197110212001121002 Arif Wijaya, SH.,M.Hum 197107192005011003	Fakultas Syariah dan Hukum	Peran Badan Permusyawaratan Desa dalam Menjalankan Fungsi Pengawasan Pemerintahan Desa di Desa Wanar Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan	Rp. 40.000.000,-

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
21	Rakhmawati, M.Pd 197803172009122002 Dr. Ir. Muhammad Ahsan, MM 196806212007011030	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan - Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Manajemen Sistem informasi Terintegrasi Program Studi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Menuju World Class University	Rp. 40.000.000,-
22	Dr. Dwi Setianingsih, M. Pd. I 197212221999032004 Mohamad Thohir, S.Pd.I., M.Pd.I 197905172009011007	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Komunitas Hijabers Kelas Menengah Perkotaan, Islam Populer dan Budaya Konsumerisme Terhadap Trend Muslim Fashion di Era Millennial	Rp. 40.000.000,-
23	Dr. Syafii, M.Ag 197011182001121002 Drs. Sutikno, M.Pd.I 196808061994031003	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Deradikalisasi Agama Melalui Pendidikan Multikultural (Studi Kasus di FTK UIN Sunan Ampel Surabaya)	Rp. 40.000.000,-
24	Imam Buchori, SE, M.Si 196809262000031001 Noor Wahyudi, M. Kom 198403232014031002 Asri Sawiji, MT 198706262014032003	Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Fakultas Sains dan Teknologi	Analisis Capaian dimensi Pembentuk indeks Penghidupan Nelayan Kedung Cowek Melalui Penguatan Peran Koperasi Bahari 64	Rp. 40.000.000,-
25	Dr. Ahmad Nur Fuad, MA 196411111993031002 Dr. H. Hammis Syafaq, M.Fil.I 197510162002121001 Dr. Rofhani, M.Ag. 197101301997032001	Fakultas Adab dan Humaniora- Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Identitas Islam Politik dalam Rezim Demokrasi: Ideologi Partai Keadilan Sejahtera, Indonesia dan Adalaet Kalkimna Partisia, Turki	Rp. 40.000.000,-
26	Dr. Moh. Syaeful Bahar, M.Si 197803152003121004 Dr. Ahmad Khubby Ali Rohmad, M.Si 197809202009011009	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Fakultas Syariah dan Hukum	Polarisasi Arab dan Relasi Sosial Intra Etnik di dalamnya (Studi Kasus Posisi Kamunitas Jama'ah Bondowoso dalam diskursus Kebangsaan)	Rp. 40.000.000,-
27	Dr. Muktafi. M.Ag 196008131994031003 Moh.Yardho, M.Th.I 198506102015031006	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Tarekat dan Nasionalisme: Studi Kritis terhadap Jam'iyah ahli Thariqah Mu'tabarah Indonesia (JATMI) dan Jamiyyah ahli Thariqah al-Mu'tabarah an Nahdliyyah (JATMAN) dalam Konteks Kebangsaan di Indonesia	Rp. 40.000.000,-
28	Drs. H. Sumarkan, M.Ag 196408101993031002 Ifa Mutitul Choiroh, S.H., M.Kn 197903312007102002	Fakultas Syariah dan Hukum	Legalisasi Peraturan Daerah Tentang Poligami: Analisis Trilogi Hukum Sosiologis, Yuridis dan Maslahah di Kabupaten Pamekasan	Rp. 40.000.000,-
29	Dr. Hj. Rr. Suhartini, M.Si 195801131982032001 Dr. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si 197106021998031001 Mufti Labib Abdurrahman 196401021999031001	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Agama Orang Biasa dan Peluang Radikalisasi (Perspektif Sosiologi Komunikasi Masyarakat Pedalaman dan Pesisir JawaTimur)	Rp. 40.000.000,-
30	Prof. Dr. H. Idri, M.Ag 196701021992031001 Dr. H. Muhammad Arif, MA 197001182002121001	Fakultas Syariah dan Hukum	Tren dan Strategi Pengembangan Publikasi Ilmiah Nasional dan Internasional Bidang Hadis dan Ilmu Hadis di Indonesia	Rp. 40.000.000,-
31	Dr. Suhermanto, M.Hum 196708201995031001 Dr. Haqqul Yakim, M.Ag 197202132005011007	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Aboge Santri Versus Aboge Candi	Rp. 40.000.000,-

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
32	Rochimah, M.Fil.I 196911041997032002 Fikri Mahzumi, M.Fil.I 198204152015031001	Fakultas Adab dan Humaniora - Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Deteksi dan Penanggulangan Pelecehan Seksual Pada Perempuan di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (Studi Implementasi SK Dirjen Pendis Nomor 5494 Tahun 2019)	Rp. 40.000.000,-
33	Dr. Hj. Musyarrofah, MHI 197106141998032002 Drs. H. Muhammad Syarief, MH 195610101986031005	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Telaah Konsep Mubadalah sebagai tafsir alternatif atas Ayat-ayat Gender dalam Al-Quran	Rp. 40.000.000,-
34	Drs. H. Syaifuddin, M.Pd.I 196911291994031003 Drs. Suwatah, M.Si. 196412152014111002	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan - Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Dinamika Sufisme Berbasis Masyarakat Plural Indonesia	Rp. 40.000.000,-
35	A. Kemal Riza, S.Ag, MA 197507012005011008 Mohamad Budiono, S.Ag. M.Pd. I 197110102007011052	Fakultas Syariah dan Hukum - Fakultas Tarbiyah dan Filsafat	Agama di Tahun Politik: Studi Kasus Dinamika Fatwa di Surabaya dan Jombang Menjelang Pelaksanaan Pemilihan Umum Serentak Tahun 2019	Rp. 40.000.000,-
36	Drs. Achmad Yasin, M.Ag 196707271996031002 Dr. Darmawan, MHI 198004102005011004	Fakultas Syariah dan Hukum	Abahyat Dalam Tipologi Kepemimpinan Lokal	Rp. 40.000.000,-
37	Dr. Muhammad Thohir, S.Ag. M.Pd. 197407251998031001 Dr. Muhammad Afifudin Dimiyathi, MA. 197905072005011002	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Negosiasi Moderasi Beragama Akun Twitter Garis Lucu dalam Pusaran Radikalisme Media Sosial	Rp. 40.000.000,-
38	H. Abu Dzarrin al-Hamidy, M.Ag. 197306042000031005 Novi Sopwan, M.Si. 198411212018011002	Fakultas Syariah dan Hukum	Studi Integrasi Sains dan Fiqh Aktual Sebagai Solusi Standarisasi Kesaksian Hilal	Rp. 40.000.000,-

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

REKTOR/
KUASA PENGGUNA ANGGARAN,



MASDAR HILMY

LAMPIRAN IV
 KEPUTUSAN REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
 NOMOR 307 TAHUN 2021
 TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN 2021
 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

PENERIMA BANTUAN PENELITIAN PENGEMBANGAN PENDIDIKAN TINGGI
 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL PENELITIAN	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
1	Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M. Ag 196912041997032007 Dr. Pudji Rahmawati, M.Kes 196703251994032002	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Membangun Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Eco-Campus (Studi Kasus Pengembangan Smart Garden Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya)	Rp. 50.000.000,-
2	Yusuf Amrozi, M.MT 197607032008011014 Hanafi Adi Putranto, M. Si 198209052015031002	Fakultas Sains dan Teknologi	Adopsi Teknologi informasi Sebagai Mediator pada Hubungan Tekanan institusi Terhadap Kinerja Perubahan (Studi Kasus pada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)	Rp. 50.000.000,-
3	Prof. Dr. H. Ali Masud, M.Ag. M.Pd.I 196301231993031002 Muhammad Andik Izzuddin, MT 198403072014031001	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Penerapan Pembelajaran Era Revolusi industri 4.0 Berbasis Sequential Model pada PTKIN (Berdasar Pedoman Pembelajaran dan Penilaian pada PTKI Tahun 2019)	Rp. 50.000.000,-
4	Dr. Lukman Fahmi, S.Ag, M.Pd 197311212005011002 Dra. Faizah Noer Laela, M.Si 196012111992032001	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Problematika Pemahaman Makna Bahasa Indonesia pada Mahasiswa Asal Malaysia di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	Rp. 50.000.000,-

UIN SUNAN
S U R A B



1

LAMPIRAN V
 KEPUTUSAN REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
 NOMOR 307 TAHUN 2021
 TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN
 2021 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TERAPAN KOLABORASI ANTAR PERGURUAN TINGGI
 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL PENELITIAN	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
1	Dr. Abdul Muhid, M.Si 197502052003121002 Ahmad Yusuf, M. Kom 199001202014031003 Dr. Ali Ridho, M.Si 197804292006041001	Fakultas Psikologi dan Kesehatan - Fakultas Sains dan Teknologi - UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Variabel Kepribadian danKemampuan Bakat Skolastik Sebagai Prediktor Performansi Akademik Dalam Seleksi Nasional Peserta Didik Baru (SNPDB) Siswa Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendikia (MAN-IC) Se-Indonesia	Rp. 100.000.000,-
2	H.AH.Fajruddin Fatwa, SH, MHI, Dip. Lead 197606132003121002 Muhammad Rifqi Hidayat, SH, M.Sy 199101282018011001	Fakultas Syariah dan Hukum - UIN Antasari Banjarmasin	Formulasi Peraturan dan Model Kerjasama Kelembagaan dalam Memerangi Penyebaran Radikalisme di Media Penyiaran TV Indonesia	Rp. 100.000.000,-
3	Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I 197005142000031001 Mujib Ridwan, M.T 198604272014031004 Mustofa, M.H.I 2112027901	Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Fakultas Sains dan Teknologi - Universitas Ibrahimi Situbondo	PemetaanKinerjaOrganisasiPeng elola Zakat (OPZ) Berbasis Geographic Information Retrievell: Konstruksi Inklusi Keuangan Sosial Islam Kota Surabaya	Rp. 100.000.000,-

UIN SUNAN
 S U R A B

REKTOR,

 MASDAR HILMY



h

LAMPIRAN VI
KEPUTUSAN REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
NOMOR 307 TAHUN 2021
TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN
2021 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TERAPAN DAN PENGEMBANGAN NASIONAL
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL PENELITIAN	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
1	Prof. Dr. Kusaeri, M.Pd 197206071997031001 Dr. Siti Lailiyah, M. Si 198409282009122007	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Efektifkah Penggunaan Problem Based Learning dipadu Phet Untuk Mengembangkan Kemampuan Problem Solving dan Berpikir Kritis Matematis?	Rp. 100.000.000,-
2	Dr. phil. Khoirun Niam 197007251996031004 Muhammad Nuril Huda, M.Pd 198006272008011006	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Produksi Pengetahuan di Kalangan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri	Rp. 100.000.000,-
3	Prof. Dr. H. Ali Mudlofir, M.Ag 196311161989031003 Dr. Lilik Huriyah, M.Pd.I 198002102011012005 Ahmad Fauzi, M.Pd 197905262014111001	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Upaya Pimpinan dalam Menekan Angka Mahasiswa Drop Out di Universitas Islam Negeri (uin) Syarif Hidayatullah Jakarta, UIN Sunan Ampel Surabaya, dan UIN Mataram	Rp. 100.000.000,-
4	Dr. H. A. Saepul Hamdani, M.Pd. 196507312000031002 Ali Mustofa, M. Pd. 197612252005011008 Dwi Rolliawati, MT 197909272014032001	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan - Fakultas Sains dan Teknologi	Pengembangan Sistem informasi Penjaminan Mutu Berbasis Resiko Mengacu pada instrumen Akreditasi Program Studi 4.0	Rp. 100.000.000,-
5	Dr. Rubaidi, M.Ag 197106102000031003 Drs. Usman Yudi, M.Pd.I 196501241991031002	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Doktrin Wihdat Al-wujud dalam Tradisi Sufisme di Indonesia Kontemporer: Survey Pemikiran Mursyid Shalawat Kubro, Shalawat Muhammad, dan Shalawat Adlimiyah di Jawa Timur	Rp. 100.000.000,-
6	Dr. Chabib Musthofa, S.Sos.I, M.Si 197906302006041001 Drs. Abd. Mujib Adnan, M.Ag 195902071989031001	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Evaluasi Kebijakan Penanganan Pengungsi Konflik Sunni-syiah Sampang Berdasar Surat Keputusan Gubernur Jawa Timur	Rp. 100.000.000,-
7	Prof. Dr. H. Sahid HM, M.Ag., M.H. 196803091996031002 Drs. H. Imron Rosyadi, S.H., M.H 196903101999031008	Fakultas Syariah dan Hukum	Fikih Politik Kiai NU tentang Pemilihan Gubernur Jawa Timur Tahun 2018	Rp. 100.000.000,-

REKTOR,

MASDAR HILMY

1

LAMPIRAN VII
 KEPUTUSAN REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
 NOMOR 307 TAHUN 2021
 TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN
 2021 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TERAPAN KAJIAN STRATEGIS NASIONAL
 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL PENELITIAN	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
1	Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM 196212141993031002 Dr. Suqiyah Musafa'ah, M.Ag 196303271999032001	Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Fakultas Syariah dan Hukum	Mekanisme Pengawasan Halal Supply Chains di Pasar Tradisional Indonesia Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen. (Studi Kasus: Komoditi Daging Ayam dan Sapi di Empat Pasar Tradisional Surabaya)	Rp. 75.000.000,-
2	Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag 196506151991021001 Dr. H. M. Shodiq, S.Ag, M.Si 197504232005011002	Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Pro Kontra Terhadap Legalisasi Poligami di Nanggroe Aceh Darussalam	Rp. 75.000.000,-
3	Prof. Dr. H. Nur Syam, M.Si 195808071986031002 Drs. Abd. Basyid, MM 196009011990031002	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Kepemimpinan Kolektif Kolegial Forum Kerukunan Umat Beragama dan Solusi Problem Keagamaan dalam Menyelesaikan Masalah Umat Beragama (Studi Multisite Provinsi Sumut, Jawa Barat, dan Jawa Timur)	Rp. 75.000.000,-
4	Achmad Room Fitrianto, SE, M.E.I, Ph.D 197706272003121002 Andriani Samsuri, S.Sos, MM 197608022009122002	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Analisis Pengaruh Peraturan Ketenagakerjaan Terhadap Penciptaan Tenaga Kerja Terampil di Jawa Timur (Studi pada industri dengan Kode Isic 15,18,19,20 dan 28)	Rp. 75.000.000,-

UIN SUNAN
S U R A B



1

LAMPIRAN VIII
 KEPUTUSAN REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
 NOMOR 307 TAHUN 2021
 TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN 2021
 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

PENERIMA BANTUAN PENGABDIAN MASYARAKAT BERBASIS PRODI
 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL PENELITIAN	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
1	Kusnul Prianto, MT 197904022014031001 Muchammad Helmi Umam, S.Ag, M.Hum 197905042009011010	Fakultas Sains dan Teknologi - Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Penyusunan Action Plan Pengembangan Kampung Tematik dengan Pendekatan Community Based Research di Kota Surabaya	Rp. 60.000.000,-
2	Suyikno, S.Ag, MH 197307052011011001 Muh. Sholihuddin, MHI 197707252008011009	Fakultas Syariah dan Hukum	Pengembangan Wisata Pancur Pitu di Dusun Oro-Oro Waru Desa Sumberbendo Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun	Rp. 60.000.000,-
3	Dr. Khoirul Yahya, S.Ag, M.Si 197202062007101003 Dr. Hj. Aniek Nurhayati, M.Si 196909071994032001	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Pemetaan Potensi Sumber Daya Alam berbasis Pengembangan Partisipatif di Kecamatan Sekar Bojonegoro.	Rp. 60.000.000,-
4	Dra. Hj. Khoirul Umami, M.Ag 197111021995032001 Drs. Fadjrul Hakam Chozin, M.M. 195907061982031005	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Lempeni Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang Melalui Pemanfaatan Limbah Sapi Sebagai Bahan Pupuk Organik.	Rp. 60.000.000,-

UIN SUNAN
S U R A B



1

LAMPIRAN IX
KEPUTUSAN REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
NOMOR 307 TAHUN 2021
TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN
2021 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

PENERIMA BANTUAN PEMBERDAYAAN/PENDAMPINGAN
MASYARAKAT BERBASIS LEMBAGA KEAGAMAAN
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL PENELITIAN	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
1	Yuniar Farida, MT 197905272014032002 Wika Dianita Utami, M. Sc 199206102018012003	Fakultas Sains dan Teknologi	Pemberdayaan Ekonomi Ibu Rumah Tangga Berbasis Opor (One Product One RT) Desa Pojok Kabupaten Magetan	Rp. 75.000.000,-
2	Murni Fidiyanti, MA 198305302011012011 Drs. Achmad Zaidun, M.Ag 195806091987031004	Fakultas Adab dan Humaniora	Pengembangan Budaya Pangan Lokal (BPL) di Komunitas Jamaah Mushola At Taufiq Tegalbang Palang Tuban (upaya Memutus Rantai Ketergantungan Pangan Non- karbohidrat, Peningkatan Gizi Keluarga, dan Praktik Hidup Hemat)	Rp. 75.000.000,-

REKTOR,



MASDAR HILMY

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

h

LAMPIRAN X
KEPUTUSAN REKTOR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
NOMOR 307 TAHUN 2021
TENTANG PENERIMA BANTUAN PENELITIAN TAHUN
2021 UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

PENERIMA BANTUAN PENULISAN DAN PENERBITAN
BUKU BERBASIS RISET DAN E-BOOK
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

NO	NAMA/NIP/NUP/NIDN	UNIT KERJA	JUDUL PENELITIAN	JUMLAH BANTUAN
1	2	3	4	5
1	Mokhammad Syaifudin, M.Ed, Ph.D 197310131997031002	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Integrasi Teknologi dalam Pembelajaran dikelas	Rp. 40.000.000,-
2	Dr. Agus Santoso, M.Pd 197008251998031002	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Mengontrol Emosi Menjadi Seni	Rp. 40.000.000,-

REKTOR,

MASDAR HILMY



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

2