

## Implementasi Nilai-Nilai Komunikasi Profetik Sebagai Strategi Penyebaran Kegiatan Religi Pada Komunitas *Project Dakwah Makassar*

**Amelia Regita Cahyani**

*amelia-regitacahyani204@gmail.com*  
 Universitas Muslim Indonesia

**Abd. Majid**

*Abd.majid@umi.ac.id*  
 Universitas Muslim Indonesia

**Mustamin**

*mustamin@umi.ac.id*  
 Universitas Muslim Indonesia

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan dan tantangan komunikasi profetik dalam menyebarkan kegiatan religi di Komunitas Project Dakwah Makassar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan interpretative, Lokasi penelitian ini bertempat di kantor *Project Dakwah Makassar* Jl. Waduk Tunggu Pampang, Bangkala, Kecamatan Manggala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Pengumpulan data menggunakan tiga teknik yaitu dokumentasi, observasi dan wawancara mendalam dengan team manajemen dan volunteer komunitas *project dakwah Makassar*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Komunitas project dakwah berhasil mengimplementasikan nilai-nilai komunikasi profetik sesuai dengan Q.S Al-Imran ayat 110 dengan melalui pendekatan kreatif, humanis serta memanfaatkan media sosial dalam proses penyebaran agar semua khalayak dapat menerima informasi, dan kegiatan religi yang dilaksanakan selalu mengangkat tema yang relevan dengan isu-isu yang viral, sehingga mampu menjawab keresahan serta kebutuhan spritual generasi muda saat ini. Namun komunitas ini juga menghadapi tantangan, seperti generasi muda cenderung jenuh terhadap dakwah konvensional, Dimana lebih memilih hadir dalam kajian yang dibawa oleh narasumber (*dai'*) yang terkenal dikalangan mereka., serta tantangan dalam menjaga konsistensi nilai-nilai komunikasi profetik ditengah perkembangan zaman. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam pengembangan strategi dakwah yang lebih humanis, membebaskan dan transendental

**Kata Kunci :** Komunikasi Profetik, Implementasi, Project Dakwah Makassar

**Abstract :** This research aims to explore the implementation and challenges of prophetic communication in disseminating religious activities within the Project Dakwah Makassar community. The study employs a descriptive qualitative method with an interpretative approach. The research was conducted at the Project Dakwah Makassar office, located on Jl. Waduk Tunggu Pampang, Bangkala, Manggala District, Makassar City, South Sulawesi. Data were collected through documentation, observation, and in-depth interviews with the management team and volunteers of the Project Dakwah Makassar community. The results show that the Project Dakwah Makassar community successfully implements the values of prophetic communication as outlined in Surah Ali Imran verse 110. These values are applied through creative and humanistic approaches, as well as the effective use of social media to disseminate information widely. Their religious activities consistently address themes that are relevant to current viral issues, thereby responding to the concerns and spiritual needs of today's youth. However, the Project Dakwah Makassar community also faces several challenges, such as the younger generation's tendency to become disengaged with conventional preaching, preferring instead to attend lectures delivered by popular

*speakers within their circles. Another challenge lies in maintaining the consistency of prophetic communication values amidst the rapid changes of the modern era. This research is expected to contribute to the development of more humanistic, liberating, and transcendental strategies in contemporary Islamic preaching.*

**Keywords:** *Prophetic Communication, Implementation, Project Dakwah Makassar.*

## PENDAHULUAN

Komunikasi menjadi peranan penting bagi kehidupan manusia dalam berinteraksi antar individu, dengan berbagai tujuan yang ingin dicapai dan sebagai jembatan dalam pertukaran informasi, ide, gagasan dan termasuk dalam konteks dakwah. Salah satu bentuk komunikasi yang sering terjadi dalam lingkungan komunitas dakwah adalah komunikasi kelompok, yang melibatkan interaksi antar tiga orang atau lebih dengan tujuan bersama yaitu untuk menyebarkan nilai-nilai agama Islam kepada masyarakat. Komunikasi kelompok tidak hanya mencakup pertukaran informasi tetapi juga menciptakan pemahaman bersama diantara anggota kelompok mengenai tujuan dan pesan yang ingin disampaikan.

Setiap muslim memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan ajaran agama Islam. Tugas ini bukan hanya diperuntukkan bagi para ulama atau *dai'* tetapi kewajiban setiap individu muslim sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya. Menyampaikan kebaikan, menyebarkan nilai-nilai Islam dan mengajak kepada jalan yang benar adalah bagian dari integral kehidupan seorang muslim. sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S Al-Imran /3:110 :

كُنْتُ خِي أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكُنْ خِي أُمَّةٍ مِّنَ الْمُؤْمِنِينَ وَكَانَ الْفَسَادُ ۝ ۱۱۰

Terjemahan; "Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik."

Dalam konteks modern penyebaran agama tidak hanya dilakukan secara individu, tetapi secara kolektif melalui organisasi atau komunitas. Dengan adanya komunitas, dakwah dapat dilakukan secara terorganisir dimana anggota komunitas dapat bekerja sama untuk mengadakan kegiatan religi seperti pengajian, tabligh akbar, dan kajian Islami.

Kegiatan religi atau aktivitas keagamaan adalah usaha dalam mewujudkan atau mengaplikasikan nilai-nilai ajaran agama, yang dijadikan sebagai rutinitas dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi pedoman dalam menjalin hubungan dengan Allah SWT dan menjalin hubungan dengan manusia lainnya. Kegiatan religi memiliki peran penting dalam kehidupan umat muslim, dimana berfungsi sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Kegiatan religi seperti pengajian, kajian Islam, dan perayaan hari besar Islam tidak hanya meningkatkan pemahaman keagamaan, tetapi dapat memperkuat nilai-nilai moral dan etika.

Namun, seiring dengan perkembangan zaman, kegiatan religi menghadapi tantangan yang sangat beragam. Salah satunya adalah generasi muda yang cenderung merasa jenuh dengan metode dakwah konvensional, yang dianggap kaku atau kurang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Situasi ini mendorong para komunitas dakwah untuk mencari cara yang lebih inovatif dan menarik, sehingga dakwah lebih relevan dengan kebutuhan generasi muda. Dalam hal ini metode dakwah mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman tanpa mengurangi esensi ajaran

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI  
 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI Vol.6 No.4 2025  
<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>  
 agama Islam.

Komunikasi profetik adalah salah satu bentuk komunikasi yang relevan dalam kegiatan religi. Komunikasi Profetik diartikan sebagai menirukan perilaku kenabian atau apa yang dicontohkan oleh para nabi dengan penuh nilai dan etika. Komunikasi profetik mengedepankan nilai-nilai agama yang tidak hanya menginformasikan tetapi juga menginspirasi, membebaskan, dan mendekatkan individu dengan tuhan. Komunikasi profetik menekankan tiga nilai yaitu humanisasi (amar ma'ruf) menekankan pentingnya menjunjung tinggi martabat manusia, liberasi (nahi mungkar) adalah usaha pembebasan manusia dari sistem pengetahuan, sosial, ekonomi dan politik, dan transendensi (tu'minu billah) adalah upaya memberikan makna spritual pada setiap tindakan, nilai ini menekankan pentingnya hubungan manusia dengan Tuhan.

Nilai-nilai komunikasi profetik ini dapat diterapkan di berbagai bidang, salah satunya adalah dalam penyebaran kegiatan agama yang dapat memungkinkan lebih efektif, kreatif dan relevan bagi generasi muda. Di era teknologi digital, penyebaran kegiatan agama bukan hanya dilakukan secara offline tetapi juga secara online dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial. Salah satu komunitas yang aktif dalam memanfaatkan platform digital dalam menyebarkan kegiatan keagamaan adalah komunitas *project* dakwah.

Komunitas *project* dakwah adalah salah satu komunitas yang aktif dalam penyelenggaraan program syiar Islam di kota Makassar. Komunitas ini mengorganisir berbagai kegiatan agama berbasis event seperti kajian, tabligh akbar dan kegiatan sosial yang bertujuan untuk menguatkan nilai-nilai keislaman. Dengan memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan dakwah dan mengajak masyarakat kota Makassar khususnya generasi muda untuk terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan. Komunitas *project* dakwah salah satu komunitas yang cukup terkenal di kalangan masyarakat kota Makassar dalam menarik simpati, terutama di kalangan generasi muda. Kegiatan religi yang diadakan komunitas ini pada event tertentu menghadirkan *public figur* yang cukup populer dan digandrungi oleh kalangan generasi muda.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti masalah itu dengan judul “Implementasi Nilai-nilai Komunikasi Profetik Dalam Penyebaran Kegiatan Religi Pada Komunitas *Project* Dakwah Makassar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan interpretatif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan strategi penelitian dimana didalamnya peneliti menyelidiki kejadian, mendeskripsikan fenomena-fenomena sosial. Karakteristik dari deskriptif adalah data yang diperoleh berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka seperti penelitian kuantitatif. Penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan anggota dan *volunteer* komunitas *project* dakwah, observasi terhadap kegiatan yang dilaksanakan, serta analisis dokumen dan media dakwah yang digunakan.

Pendekatan interpretatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami fenomena secara mendalam, khususnya terkait penerapan nilai-nilai komunikasi profetik dalam menyebarkan kegiatan religi di komunitas *project* dakwah Makassar.

### Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan secara *offline* di kantor *project* dakwah Jl. Waduk Tunggu Pampang, Bangkala, Kecamatan Manggala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, dan waktu penelitian satu bulan yaitu dibulan Maret. Mulai dari tahap persiapan dengan menyusun instrumen penelitian, pengurusan izin penelitian, lalu ke tahap pengumpulan data melalui wawancara,

observasi lalu ke tahap analisis data awal selanjutnya penyusunan laporan awal mulai dari penyusunan narasi deskriptif berdasarkan hasil temuan dan penyelesaian dan validasi temuan.

### **Informan Penelitian**

Informan atau narasumber adalah orang yang akan memberikan data atau informasi kepada peneliti dan dalam penelitian ini informan adalah team project dakwah dan volunteer yang aktif dalam setiap kegiatan religi yang dilaksanakan, guna untuk memperoleh informasi.

### **Jenis Data dan Sumber Data**

1. Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya. Dimana peneliti memperoleh data primer melalui responden atau hasil dari wawancara.
2. Data sekunder merupakan data tambahan yang diperoleh dari buku literatur, jurnal dan artikel di internet yang tercantum nama penulis dan sumbernya secara jelas.

### **Teknik Pengumpulan Data**

1. Dokumentasi  
Dokumentasi merupakan pelengkap dari pengumpulan data dengan observasi atau wawancara yang akan dipercaya karna mempunyai kredibilitas tinggi jika di dukung oleh karya tulis atau foto-foto kegiatan religi yang dilaksanakan oleh *project* dakwah.
2. Observasi  
Pada penelitian ini dengan mengamati aktivitas komunikasi dalam penyebaran kegiatan religi, termasuk media dan cara penyampaian pesan, interaksi antaranggota komunitas *project* dakwah dan *volunteer* serta pelaksanaan kegiatan religi.
3. Wawancara  
Wawancara pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi secara mendalam dari team *project* dakwah dan volunteer. Untuk mengetahui penerapan nilai-nilai komunikasi profetik dalam menyebarkan kegiatan religi, strategi dakwahnya dan media yang digunakan. peneliti menggunakan teknik wawancara semi-terstruktur dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur, sebab wawancara semi-terstruktur bersifat terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.

### **Teknik Analisis Data**

Setelah semua data terkumpul dan kemudian data dikelola, maka langkah selanjutnya adalah analisis data. Menurut Braun & Clarke dalam Subakti, et al., 2020, proses pengorganisasian data meliputi transkripsi wawancara, membuat ringkasan atau kutipan penting dari dokumen, dan mengklasifikasikan data menjadi kategori atau tema yang relavan dengan tujuan penelitian. Proses penelitian analisis data ini memiliki tiga tahapan yaitu:

1. Pengumpulan data  
Merupakan salah satu tahapan yang sangat penting dalam penelitian. Pengumpulan data pada penelitian kualitatif adalah dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Pengumpulan data yang dilakukan bisa sehari-hari sehingga data yang diperoleh akan banyak.
2. *Data Reduction* (Reduksi Data)  
Reduksi data merupakan bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan mengorganisasikan data dalam satu cara, dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi. Dalam tahap ini peneliti melakukan tahap merangkum, dan memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya

dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

### 3. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya (Sugiyono, 2013). Dalam mendisplaykan data, data disajikan dalam bentuk teks naratif dengan tujuan menggabungkan informasi yang tersusun serta mudah dipahami.

### 4. *Verifikasi* (Menarik Kesimpulan)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak menemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel (Sugiyono, 2014). Kesimpulan juga dapat berupa jawaban atas pertanyaan penelitian yang menjelaskan hasil dari penelitian secara keseluruhan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Implementasi Nilai-Nilai Komunikasi Profetik dalam Menyebarkan Kegiatan Religi di Komunitas *Project Dakwah Makassar*

Komunikasi profetik merupakan konsep komunikasi yang bersumber dari misi kenabian dan mengacu pada peristiwa *Isra' Mi'raj* Muhammad Saw. Komunikasi profetik bertumpu pada tiga nilai yaitu, Humanisasi, liberasi, dan transendensi. yang bersumber dari QS. Ali Imran ayat 110 yang mengandung tiga perintah dakwah utama, yaitu mengajak kepada kebaikan (*amar ma'ruf*), mencegah kemungkaran (*nahy mngkar*) dan beriman kepada Allah.. ketiga nilai utama dalam dakwah . tiga nilai utama diimplementasikan dalam aktivitas dakwah yang dilakukan oleh komunitas *project dakwah Makassar* sebagai berikut:

#### a. Dakwah Yang Mengedepankan Nilai Kemanusiaan dan Kesetaraan

Dalam menyebarkan kegiatan religi ke masyarakat perlu menekankan pentingnya menghargai perasaan, dan kondisi individu atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah. Dakwah dengan berlandaskan nilai kemanusiaan dan kesetaraan tentu mengedepankan pendekatan yang lembut, empatik, dan tidak memaksakan kehendak

Tim manajemen dan *volunteer Project Dakwah Makassar* menerapkan strategi dakwah yang mengedepankan nilai kemanusiaan dalam komunikasi profetik. Pendekatan ini berfokus pada penyampaian ajaran agama secara perlahan, lembut, dan penuh kasih sayang, sebagaimana pernyataan salah satu team manajemen *project dakwah*, meyakini:

*“Yang pertama dilakukan dalam kegiatan dakwah adalah menyampaikannya secara perlahan. Hal ini karena tidak sedikit masyarakat yang kurang memahami apa yang kita sampaikan, terutama jika berkaitan dengan ajaran agama. Sering kali muncul pertentangan karena banyak orang yang belum memahami sunnah-sunnah Nabi yang seharusnya diterapkan dalam kehidupan. Oleh karena itu, dakwah dilakukan dengan cara yang lembut, penuh kasih sayang, serta disertai dengan penjelasan dan nasihat, agar mereka tergerak untuk mengikuti ajaran Allah dan Rasulullah..”* ( Hasil wawancara dengan ibu Marwati, Tim Manajemen Project Dakwah pada tanggal 15 Maret 2025)

Pernyataan tersebut mencerminkan nilai kemanusiaan dalam komunikasi profetik, yang terlihat dari cara penyampaian dan mengajak masyarakat dalam kegiatan religi yang dilakukan secara perlahan, lembut, dan menghargai. Pendekatan ini menunjukkan bahwa tidak setiap individu memiliki tingkat pemahaman yang berbeda. Mereka menghindari pemaksaan dan lebih mengedepankan penjelasan, nasihat yang membangun, dan bahasa yang santun agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik.

Dalam mengajak berdonasi atau berpartisipasi tim manajemen dan *volunteer* menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakter audiens, menggunakan bahasa non-formal, komunikatif, dan menarik yang menyentuh perasaan. Mereka juga menekankan pentingnya menjelaskan secara detail kegiatan dan manfaat yang akan diperoleh peserta. Sebagaimana yang di sampaikan oleh salah satu *volunteer* Putri Handayani yang menyatakan.

*“Tentunya saya berusaha menjelaskan dengan baik terkait kegiatannya seperti apa dan bagaimana kegiatan dakwahnya, lalu saya menyampaikan benefit yang sekiranya mereka bisa dapat berkontribusi dalam kegiatan.” (Hasil wawancara dengan Putri Handayani selaku Volunteer pada tanggal 21 Maret 2025)*

Untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, komunitas *Project Dakwah* memanfaatkan media sosial dengan mengunggah gambar, video, dan materi kajian yang menarik. Selain itu, komunikasi lisan dan personal juga menjadi strategi penting, terutama kepada orang-orang terdekat, dengan tetap menghargai perasaan dan kehendak bebas individu dalam merespons ajakan dakwah. Semua upaya ini dilakukan dengan bahasa yang sederhana dan seringkali dikaitkan dengan kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat, mencerminkan kepedulian dan penghormatan terhadap sesama.

#### b. Dakwah Sebagai Upaya Mencerahkan dan Membebaskan

Komunitas *Project dakwah* Makassar aktif dalam melanjutkan misi dakwah Rasulullah SAW, khususnya di kalangan generasi muda, dengan membebaskan masyarakat dari kebodohan dan kebingungan dalam memahami ajaran islam. Komunitas ini menciptakan ruang belajar yang terbuka dan inklusif melalui berbagai program kerja seperti kajian,, tabligh akbar, hijrah progress, Muslimah berhijrah fest, yang menyediakan kesempatan bagi siapa saja yang mau belajar serta berdiskusi dan bertanya tentang ajaran agama islam sesuai Al-Qur'an dan Hadis. Komunitas ini juga memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi dan membuka sesi tanya jawab online, memastikan akses yang luas bagi masyarakat. Hal ini disampaikan oleh team manajemen *project* dakea Asma Ahmad menyatakan:

*“project dakwah memberi ruang seperti adanya kegiatan-kegiatan dakwah itu seperti tabligh akbar yang dilaksanakan setiap akhir bulan, hijrah progress disetiap akhir pekan dan mulimah berhijrah fest yang dilaksanakan setiap tahun dengan menghadirkan ustadzah atau artis hijrah yang terkenal dikalangan anak muda kegiatan kajian ini menjadi tempat belajar dan bertanya bagi siapa saja yang belum mengerti ajaran agama Islam.” (Hasil wawancara dengan Asma Ahmad tim manajemen pada tanggal 9 Maret 2025)*

Nilai liberasi juga tercermin dalam cara *Project Dakwah* menyikapi kritik. Mereka memandang kritik bukan sebagai hambatan, melainkan sebagai pelajaran dan bahan

evaluasi, tanpa bereaksi secara emosional. Konsisten dalam menyebarkan kebaikan dan berkeyakinan bahwa hasil positif akan terlihat seiring waktu, mereka berusaha untuk memahami esensi kritik dan menjawabnya dengan bijaksana. Sikap ini menunjukkan komitmen *Project Dakwah* untuk mewadahi masyarakat dalam belajar Islam dengan cara yang suportif, tidak menghakimi, dan terbuka terhadap keberagaman pemahaman. Hal ini di sampaikan dalam hasil wawancara dengan Marwati selaku team manajemen *project dakwah*, mengatakan bahwa:

*“caranya menyikapi yah kita tidak boleh marah kita harus mengkaji dulu mana yang sebenarnya benar, apakah bertentangan yang dilakukan masyarakat atau ajaran yang telah kita berikan sama mereka, jadi caranya menyikapi harus dengan baik dengan menjelaskan yang benar kepada masyarakat kita tidak boleh emosi melawan suatu hal yang seperti itu”* (Hasil wawancara informan Marwati selaku Team Manajemen *Project Dakwah Makassar* pada tanggal 9 Maret 2025).

c. Menumbuhkan Nilai Transendensi dalam Setiap Aktivitas

*Project Dakwah Makassar* mengintegrasikan nilai transendensi (iman kepada Allah SWT) dalam setiap kegiatannya, bertujuan mendekatkan masyarakat, khususnya generasi muda, kepada Tuhan. Anggota komunitas yaitu Uswatun Hasanah dan Asma Ahmad merasakan bahwa keterlibatan mereka dalam *Project Dakwah* memperdalam kesadaran akan peran mereka sebagai hamba Allah dan khalifah di bumi, serta menjadikan setiap tindakan sebagai ibadah. Ini memotivasi mereka untuk memanfaatkan waktu dengan kegiatan bermanfaat dan meningkatkan spiritualitas.

*“saya merasa dengan bergabung di proyek dakwah lebih terarah dalam mempelajari agama dan merasa bahwa saya ini bukan siapa-siapa di mata Allah. Saya ini hanya Hamba Allah yg bertugas untuk beribadah kepada Allah dan menjadi khalifah dimuka bumi sesuai dengan firman Allah di Qs Az-Zariyat ayat 56. Dan dengan bergabung di Projeck Dakwah kita bisa menjadi pelayan dakwah untuk masyarakat”* (Hasil wawancara dengan Uswatun Hasana selaku team Manajemen *Projrect dakwah Makassar* pada tanggal 9 Maret 2025)

Pendekatan dakwah yang dilakukan oleh komunitas *project dakwah* disesuaikan dengan isu-isu kekinian dan permasalahan hidup yang relevan dengan audiens. Mereka mengaitkan fenomena modern dengan contoh dari zaman Rasulullah dan solusi dari Al-Qur'an serta Hadis, sehingga pesan dakwah tidak hanya menyentuh emosi tetapi juga memperkuat keimanan. Pemilihan pemateri (dai') yang kompeten dan mampu membahas tema-tema viral atau relevan dengan kehidupan sehari-hari menjadi kunci untuk menarik minat, terutama dari kalangan anak muda. Sebagaimana pernyataan Hamdiani Yusuf selaku team manajemen komunitas *project dakwah* bahwa:

*“Proses penyampaian dakwah kami itu dengan mengadakan sebuah kajian setiap pekannya yang di mana kami mengundang pemateri yang bisa di bilang menguasai di bidang itu dan mengangkat tema kajian yang sesuai dnegan masalah kehidupan yang sedang di alami masyarat pemuda atau pun orang tua”* (Hasil wawancara informan Hamdiani Yusuf team manajemen *project dakwah Makassar oada* tanggal 18 Maret 2025)

Sebelum menyelenggarakan kajian, *Project Dakwah* melakukan survei kondisi lingkungan dan karakteristik audiens (usia, tingkat pemahaman agama) untuk menyampaikan dakwah secara kontekstual. Ini termasuk membimbing masyarakat tentang kewajiban sholat atau cara berpakaian sesuai syariat. Mereka juga menyediakan ruang

inklusif bagi individu yang sedang dalam proses hijrah, membimbing mereka secara perlahan menuju pemahaman agama yang lebih baik. Hal ini disampaikan melalui hasil wawancara Informan oleh Marwati selaku team *Manajemen Project* dakwah, menyatakan:

*“Sebelum berdakwah, kami selalu mensurvei kondisi lingkungan dan memahami audiens (apakah anak muda, anak kecil, atau orang tua). Pendekatan dakwah kemudian disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Misalnya, jika masyarakat belum paham salat, kami akan menuntun mereka. Jika mereka belum mengerti cara berpakaian sesuai syariat, kami akan menjelaskannya berdasarkan ketentuan. Intinya, memahami kondisi dan lingkungan adalah kunci sebelum berdakwah”* (Hasil wawancara oleh Marwati selaku team *Manajemen Project* dakwah pada tanggal 15 Maret 2025)

Dampak nyata dari pendekatan transendensi ini terlihat dari adanya perubahan positif pada peserta, seperti peningkatan pemahaman agama, pembentukan relasi yang mendukung, hingga kisah seseorang yang memutuskan memeluk Islam setelah mengikuti kegiatan *Project Dakwah*. Komunitas ini juga aktif dalam aksi kemanusiaan, seperti penggalangan donasi untuk Palestina, yang menunjukkan manifestasi amal saleh dan solidaritas sesama Muslim. Pengalaman para *volunteer* menunjukkan bahwa *Project Dakwah* berhasil menjadi wadah efektif untuk belajar Islam, memperbaiki diri, dan memperdalam kedekatan dengan Allah SWT. Sebagaimana hasil wawancara dengan Andi Novita selaku *Volunteer project* dakwah terkait pengalaman selama mengikuti kajian yang dilaksanakan oleh komunitas ini:

*“sesuai dari pengalaman, sebelumnya saya belum terlalu menutup aurat yang sesuai dengan syariat Islam, dan kemudian Alhamdulillah saya bertemu seorang teman diajak untuk berhijrah dan bergabung di project dakwah, dan sebelumnya memang ada niat untuk hijrah dan Alhamdulillah ketemu dengan komunitas project dakwah yang menjadi tempat untuk belajar agama Islam, memperbaiki diri dimana apa yang tidak saya ketahui menjadi tahu, saya tahu ini baik ini yang tidak baik, ini yang di larang Allah, ini yang di sukai Allah, dan ini sunnah-sunnah rasul “”( Hasil wawancara dengan Andi Novita selaku *Volunteer project* dakwah Makassar pada tanggal 9 Maret 2025)*

### **Tantangan Nilai-Nilai Komunikasi Profetik Dalam Menyebarkan Kegiatan Religi Di Komunitas *Project Dakwah* Makassar**

Komunitas *Project Dakwah* Makassar menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkan nilai-nilai komunikasi profetik, yang terdiri dari humanisasi, liberasi, dan transendensi, saat menyebarkan kegiatan religi. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa tim manajemen dan volunteer, tantangan utama yang mereka hadapi adalah kurangnya respon dari masyarakat. Banyak masyarakat yang tidak antusias terhadap ajakan dakwah, bahkan ada yang cenderung mengabaikannya. Hal ini menjadi ujian dalam menjaga sikap empatik dan santun sebagaimana tercermin dalam nilai humanisasi. Para aktivis dakwah harus tetap bersikap sabar dan menghargai keputusan masyarakat, meskipun ajakan mereka tidak langsung diterima. Terkait tantangan diatas, disampaikan melalui hasil wawancara dengan Uswatun Hasanah selaku team *Manajemen Project Dakwah* Makassar, menyatakan:

*“Yang menjadi tantangan saya ketika menyebarkan info kegiatan projek dakwah ke Masyarakat ialah, kadang ada beberapa teman2 yang tidak peduli dengan ajakan yg saya tawarkan dalam artian mereka tidak ingin terlibat di kegiatan tersebut.”* (Hasil wawancara dengan

*Uswatun Hasanah selaku team Manajement Project Dakwah Makassar, pada tanggal 9 Maret 2025)*

Selain itu, muncul pula tantangan dalam nilai liberasi. Usaha mengajak masyarakat, terutama anak muda, untuk berhijrah dan mengikuti kajian sering kali terhambat karena minat mereka lebih tertuju pada sosok pemateri yang populer dan kekinian, bukan pada isi materi dakwah itu sendiri. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh citra pemateri di mata audiens, bukan semata pada kedalaman pesan yang disampaikan. Meskipun tema kajian sudah relevan dan menarik, minat masyarakat tetap bergantung pada siapa yang membawakannya. Hal ini di sampaikan oleh Marwati selaku team *Manajement Project Dakwah Makassar* menyatakan terkait tantangan yang dihadapi yaitu:

*“Tantangan terbesar dalam berdakwah adalah kesiapan kita untuk diterima atau ditolak masyarakat. Mengajak orang pada kebaikan itu sangat sulit karena seringkali mereka belum paham dengan apa yang kita sampaikan. Oleh karena itu, tidak boleh menyerah meskipun butuh usaha dan pengorbanan besar. Tantangan lain, khususnya di kalangan anak muda Makassar, adalah kecenderungan mereka untuk hadir kajian jika pematerinya sedang tren atau kekinian, yang berarti membutuhkan dana besar untuk mendatangkan mereka ”(Hasil wawancara dengan Marwati team Manajement project dakwah Makassar, pada tanggal 15 Maret 2025)*

Dari sisi transendensi, para aktivis juga diuji kesabarannya ketika usaha dakwah tidak membuahkan hasil langsung. Namun, mereka terus berupaya menyandarkan segala hasil dakwah kepada Allah dengan keyakinan bahwa hidayah sepenuhnya adalah hak Allah. Nilai ini menjadi pegangan agar mereka tidak mudah menyerah dan tetap menjalankan tugas dakwah dengan ikhlas dan konsisten.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, beberapa informan menyarankan agar komunitas *Project Dakwah* meningkatkan kualitas kegiatan secara spiritual agar audiens merasakan pengalaman yang lebih bermakna. Dengan begitu, masyarakat tidak lagi hanya tertarik karena figur pemateri, tetapi karena kedalaman nilai yang mereka rasakan selama mengikuti kegiatan. Selain itu, informasi dakwah juga perlu disampaikan secara menarik dan meyakinkan. Misalnya, dengan membuat flyer yang tidak berlebihan namun tetap mencerminkan pesan dakwah secara islami, serta menyesuaikan tema kajian dengan kondisi nyata masyarakat agar lebih mudah diterima.

Secara keseluruhan, tantangan-tantangan tersebut menunjukkan bahwa menyebarkan dakwah bukanlah hal yang mudah. Namun, dengan pendekatan yang tepat dan terus berpegang pada nilai-nilai profetik, komunitas *Project Dakwah Makassar* berupaya untuk menjadikan dakwah sebagai jalan yang lembut, relevan, dan menyentuh hati masyarakat.

Pada pembahasan, peneliti telah mendapatkan data derkait dengan bagaimana implementasi nilai-nilai komunikasi profetik dalam penyebaran kegiatan religi di komunitas *project dakwah makassar* dan bagaimana tantangan nilai komunikasi profetik dalam menyebarkan kegiatan religi di komunitas *project dakwah* dengan menggunakan teori retorika dan teori komunikasi dakwah. Peneliti telah melakukan wawancara terhadap narasumber peneliti yaitu terdiri dari (6) enam orang team *manajement project dakwah Makassar* dan (3) tiga orang *volunteer project dakwah Makassar*. Hasil Pembahasan yang telah peneliti lakukan tersebut dapat di uraikan sebagai berikut:

a. Kaitan Nilai Humanisasi (*Amar Ma'ruf*) dan Elemen Etos

Etos merupakan kredibilitas atau karakter pembicara yang bertujuan meyakinkan audiens melalui citra yang kuat dan meyakinkan. Dalam konteks penelitian ini, etos tercermin dari

kredibilitas para pendakwah Komunitas Project Dakwah yang menunjukkan nilai humanisasi lewat kejujuran dan empati. Proses mengajak masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan religi dilakukan dengan pendekatan yang lembut, penuh kasih sayang, serta disesuaikan dengan karakter dan cara berpikir masing-masing individu. Komunitas ini menerapkan dakwah yang humanis melalui media sosial yang informatif serta komunikasi langsung yang santun dan menyentuh hati, tanpa paksaan. Pendekatan ini selaras dengan metode dakwah *bil-hikmah* dan *al-mauidzatul hasanah*, sebagaimana disebut dalam QS. An-Nahl ayat 125, yang menekankan pentingnya hikmah dan nasihat yang baik. Dalam teori retorika, pendekatan ini sejalan dengan aspek etos, karena menunjukkan bahwa para komunikator adalah pribadi yang bijak, dipercaya, dan peduli, sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima. Nilai humanisasi yang diterapkan sejalan dengan etos karena keduanya mengedepankan karakter, empati, dan penghormatan dalam menyampaikan pesan.

b. Kaitan Nilai Liberasi (*Nahy Mungkar*) dan Elemen Logos

Komunitas Project Dakwah mengimplementasikan nilai liberasi (pembebasan dari kebodohan dan kebingungan dalam memahami Islam) melalui elemen logos dalam retorika. Ini terlihat dari komitmen mereka menyediakan wadah belajar agama Islam bagi siapa saja, tanpa memandang latar belakang. Mereka menyelenggarakan kegiatan dakwah seperti Hijrah Progress, Tabligh Akbar, Muslimah Berhijrah Fest, dan Tahsin, yang bertujuan memperdalam wawasan ajaran Islam dan mendorong penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.

Pendekatan ini didukung oleh kehadiran motivator, narasumber, atau dai' dengan materi yang relevan. Komunitas juga membuka ruang diskusi, sesi berbagi cerita tentang permasalahan hidup, dan sesi tanya jawab untuk memberikan solusi atas pertanyaan peserta. Ini mencerminkan logos karena pesan dakwah disampaikan dengan alasan yang dapat diterima nalar dan didukung program edukatif interaktif. Selain itu, sikap komunitas yang terbuka terhadap kritik, memberikan tanggapan bijak, dan menggunakan kritik sebagai bahan evaluasi juga mencerminkan logos, di mana penalaran matang digunakan untuk merespons tantangan, bukan emosi.

c. Kaitan nilai transendensi dengan pathos

Nilai transendensi terlihat dari perubahan pribadi anggota yang berhijrah atau bahkan memeluk Islam, menunjukkan bahwa pesan dakwah mereka menyentuh batin dan membangkitkan kesadaran keagamaan yang mendalam.

Pendekatan dakwah mereka sangat mengandalkan pathos. Ini diwujudkan melalui pemilihan tema kajian yang relevan dengan isu viral anak muda, menghadirkan pemateri inspiratif (public figure muslim dengan kisah hidup menyentuh), dan penyampaian materi yang menyentuh hati dengan visualisasi seperti video kemanusiaan yang membangkitkan empati. Komunitas ini juga sangat inklusif, menerima siapa saja tanpa menghakimi masa lalu, menciptakan lingkungan belajar yang nyaman dan aman.

Dalam kerangka teori komunikasi dakwah, proses penyampaian pesan Project Dakwah sangat efektif. Komunikatornya tidak hanya ustadz, tetapi juga relawan yang aktif menyebarkan pesan dengan sopan, ramah, dan empatik, menunjukkan pendekatan humanisasi. Pesan dakwah mereka mengajak pada kebaikan, menjawab permasalahan audiens, dan selalu membuka ruang diskusi. Tujuan utama mereka adalah mengarahkan manusia kepada Tauhid, dan keberhasilan dakwah terlihat ketika pesan mampu memotivasi serta menguatkan hubungan antara hamba dengan Tuhannya, sehingga fungsi transendensi tercapai.

Tantangan dalam menerapkan nilai-nilai komunikasi profetik yaitu humanisasi (amar ma'ruf), liberasi (nahy munkar) dan transendensi (tu'minubillah), terlihat jelas dalam komunitas project dakwah. Dalam konteks humanisasi, tim manajemen dan relawan Project Dakwah sering kali menemukan bahwa tidak semua masyarakat merespons positif kegiatan dakwah mereka. Ajakan dakwah terkadang kurang antusias disambut, bahkan cenderung diabaikan. Ini menuntut kesabaran, empati, dan cara penyampaian yang baik, tidak memaksa, serta menghargai perasaan dan latar belakang audiens sesuai konteks sosial. Dari perspektif retorika, hal ini menekankan pentingnya ethos (menunjukkan karakter baik pendakwah) dan pathos (kemampuan menyentuh hati audiens secara emosional).

Tantangan liberasi muncul saat ajakan untuk berhijrah atau berubah menjadi lebih baik sulit diterima, terutama di kalangan anak muda. Banyak yang menolak atau hanya tertarik mengikuti kajian jika pematerinya adalah public figure terkenal atau sedang tren. Fenomena ini mengindikasikan bahwa minat terhadap isi materi (logos) masih rendah dibandingkan ketertarikan pada sosok penceramah, mencerminkan krisis pathos dan ethos. Untuk mengatasi ini, komunitas terus berupaya menyusun tema kajian yang relevan dengan isu-isu viral dan karakter anak muda, serta menghadirkan pemateri yang mampu menyampaikan pesan dengan bahasa kekinian dan relate. Komunitas Project Dakwah juga menunjukkan upaya ini dengan konsisten menyesuaikan tema kajian dengan tren dan memilih pemateri yang sesuai, bahkan menyediakan doorprize seperti buku karya narasumber saat sesi tanya jawab, sebagai insentif bagi peserta.

Adapun tantangan dalam transendensi terasa ketika tim manajemen dan relawan merasa usaha mereka belum membuahkan hasil, seperti ajakan mengikuti kegiatan dakwah yang disebar melalui media sosial sering kali tidak mendapat respons. Dalam kondisi ini, nilai transendensi mengingatkan para pendakwah untuk tetap bersabar, ikhlas, dan yakin pada pertolongan Allah, serta tidak bergantung pada manusia karena hidayah adalah milik Allah, sebagaimana disebutkan dalam Q.S. Al-Imran ayat 104. Dari sisi pathos, tantangan ini menyentuh emosi dan rasa kemanusiaan anggota komunitas, mengakui bahwa perasaan tidak dihargai dan kekecewaan adalah bagian dari perjuangan dakwah.

Dalam setiap kegiatan religi yang dilaksanakan oleh komunitas *project* dakwah, penerapan nilai-nilai komunikasi profetik tidak lepas dari berbabagai tantangan. Tantangan tersebut dianalisis dengan perspektif teori komunikasi dakwah, yang menekankan unsur, komunikator (*dai'*), pesan dakwah, komunikan (*mad'u*) serta efek atau *feedback*.

*Pertama*, penerapan humanisasi dihadapkan pada kenyataan bahwa masyarakat sering tidak merespons positif, bahkan menolak, kegiatan dakwah. Teori komunikasi dakwah menuntut komunikator (*dai'*) untuk berempati tinggi dan menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens. Keberhasilan dakwah tidak hanya pada pesan, tetapi juga pada koneksi emosional dan pemahaman audiens (*mad'u*). Oleh karena itu, *dai'* harus menjaga sikap santun dan mengedepankan pendekatan yang relevan dengan masyarakat.

*Kedua*, tantangan dalam liberasi terletak pada kecenderungan masyarakat, khususnya anak muda, untuk lebih tertarik pada penceramah (*dai'*) terkenal daripada isi materi (pesan dakwah). Ini menunjukkan bahwa *dai'* lebih mendominasi daripada pesan itu sendiri. Dalam teori komunikasi dakwah, pesan seharusnya menjadi elemen utama yang membebaskan audiens dari kebodohan. Tantangan ini mendorong tim Project Dakwah untuk mengevaluasi strategi dan merancang materi dakwah yang lebih relevan dan menarik, sehingga audiens terpengaruh oleh nilai dan isi pesan, bukan hanya oleh daya tarik penceramah.

*Ketiga*, nilai transendensi muncul sebagai kesadaran untuk senantiasa berdoa dan menyandarkan hasil dakwah kepada kehendak Allah. Ini memperkuat aspek spiritual tim

manajemen dan relawan, menanamkan keyakinan bahwa hidayah adalah milik Allah dan tugas mereka adalah tetap berikhtiar serta meyakini bahwa kegiatan religi adalah ibadah. Oleh karena itu, penting bagi mereka sebagai komunikator untuk bersabar, ikhlas, tidak bergantung pada pencapaian duniawi semata, dan terus berdoa memohon pertolongan Allah agar dakwah mereka diterima masyarakat luas.

## KESIMPULAN

Komunitas Project Dakwah Makassar berhasil menerapkan nilai-nilai komunikasi profetik yaitu humanisasi (dakwah santun dan empatik seperti *ethos*), liberasi (kajian edukatif dan diskusi terbuka layaknya *logos*), serta transendensi (kesadaran beribadah dan pesan yang menyentuh batin seperti *pathos*), meskipun menghadapi tantangan signifikan. Dalam humanisasi, mereka berupaya mengatasi rendahnya respons masyarakat dengan kesabaran dan empati. Untuk liberasi, tantangannya adalah minat audiens yang lebih condong pada popularitas penceramah daripada substansi materi, mendorong komunitas untuk terus menyesuaikan tema dan memilih pemateri yang relevan. Terakhir, tantangan transendensi adalah menjaga keikhlasan ketika upaya dakwah belum membuahkan hasil. Secara sinergis, komunitas ini telah mengoptimalkan elemen komunikator, pesan, media, audiens, dan *feedback* dalam teori komunikasi dakwah, meskipun masih perlu fokus lebih pada daya tarik isi materi itu sendiri dibanding figur pembawanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Karim
- azali, G., Retu, M. K., Rifai, A., Zumiarti, Hanika, I. M., Mendri, N. K., . . . Nugraha, R. S. (2022). *Ilmu Komunikasi dan Informasi & Transaksi Elektronik*. (A. Munandar, Penyunt.) Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA
- Dhoha, H. R. (2020). *Komunikasi Profetik Perspektif Profetika Islam dalam Komunikasi*. Kabupaten Sleman, Yogyakarta : UII Press Yogyakarta.
- Dharmawan, D. (2023). Implementasi Nilai-Nilai Komunikasi Profetik pada Remaja Majelis Rasulullah. *Bayyin: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(1), 27-37.
- Majid, A. (2022, Oktober). Eksplorasi Nilai Profetik dalam Praktik Musyawarah Ilmiah pada Aktivitas Humas Perguruan Tinggi Swasta Islam di Kabupaten Makassar 2021. Dalam *BUKU ABSTRAK KONFERENSI INTERNASIONAL TENTANG ISU HALAL, KEBIJAKAN, BUDAYA DAN KEBERLANJUTAN* (Vol. 4, No. 1, hlm. 11-11).
- Herman Jamaluddin, A. S. (2020). Komunikasi Profetik (Nilai dan Etika Komunikasi Perspektif Islam). *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2-4.
- Mutiara, D. (2021). Nilai-Nilai Komunikasi Profetik dalam Syair Gurindam Dua Belas (Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure). *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyah (JASIKA)*, 1(2).
- Pirol, A. (2018). *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Putri, ET (2024). Implementasi Nilai-Nilai Komunikasi Profetik dalam Film Buya Hamka. *Glossain: Jurnal Sains Global Indonesia*, 5 (1), 1-10.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 29-37.
- Putri, E. T., Muhtadi, A. S., & rosyidi, I. (2024). Implementasi Nilai-Nilai Komunikasi Profetik Dalam Film Buya Hamka. *Glosains*, 5.
- Rifai, M. H., Mamoh, O., Mauk, V., Nahak, K. N., Harpriyanti, H., Nahak, M. M., . . . Abbas, I. (2024). *Kurikulum Merdeka (Implementasi dan Pengaplikasian)*. Bantul Yogyakarta: SELAT MEDIA PATNERS.
- Ramdani, F., & Ridwan, M. (2025). Pola dan Strategi Komunikasi Dakwah Komunitas Project Dakwah di Kota Makassar. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1), 189-208.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Syahputra, I. (2020). *Paradigma Komunikasi Profetik (Gagasan dan Pendekatan)*. Bandung: Simbiosis Rekatama

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI Vol.6 No.4 2025  
<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

Media.

Saputra, R. V. (2024). *Retorika Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital*. (W. Kurniawadi, Penyunt.)  
Jawa Tengah: Wawasan Ilmu.