**BAB I
PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Sungguh beruntung manusia yang mendapat anugerah dari Allah, berupa hidayah iman dan dan Islam. Tiada suatu kemuliaan pun di dunia ini yang lebih indah dan lebih agung dari pada-Nya. Terlebih, Islam adalah satu-satunya agama samawi yang diridhoi oleh Allah.

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, efektivitas berasal dari kata “efektive” yang berarti, ada efeknya, pengaruhnya, akibatnya, kesannya, manjur, mujarab, dan mempan.[[1]](#footnote-1) Sedangkan menurut Onong Uchjana mengatakan bahwa efektivitas yang terjadinya suatu efek atau akibat yang dikehendaki sesuai dengan harapan komunikator.[[2]](#footnote-2)

Bagi muslim yang terpelajar agama Islam adalah agama motivasi, dimana setiap orang diwajibkan untuk menyeru kepada Al-Islam sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Bahkan Nabi Muhammad pun pernah bersabda yang artinya :

***بٙلِّفُواعٙنِّی وٙ لٙوْ آ يٙةً***

“***Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat****”*

*(Hadist Riwayat. Bukhari).[[3]](#footnote-3)*

Berdasarkan hadist tersebut dapat terlihat jelas bahwasanya Islam tidak pernah memberatkan umat-Nya. Hal tersebut juga mendasari bahwasanya ilmu merupakan syarat utama bagi kebenaran sebuah pendapat dan amal. Oleh karenanya ilmu harus lebih didahulukan dari keduanya, karena ia yang akan meluruskan niat dan niat itulah yang akan meluruskan amalan.[[4]](#footnote-4)

Adapun fenomena yang terjadi pada saat ini, banyak nya media dakwah di Indonesia terkhususnya di Sumatera Selatan namun belum bisa efektif digunakan oleh kaum terpelajar, instansi pemerintah bahkan lembaga swasta. Namun, melihat hal ini tidak hanya pemerintah yang harus membenahi Indonesia.

Adapun Lembaga non pemerintah seperti lembaga amil zakat harus mampu ikut serta membenahi negara ini. Menurut undang-undang no.38 tahun 1999 Lembaga Amil Zakat atau LAZ adalah institusi pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk atas prakarsa masyarakat dan oleh masyarakat yang bergerak dibidang dakwah, pendidikan, sosial, kemaslahatan umat Islam dan kesehatan.[[5]](#footnote-5)

Salah satu lembaga amil zakat yang ikut serta dalam pembenahan media dakwah melalui program-programnya adalah Dompet Dhuafa Sumatera Selatan. Dompet Dhuafa Sumatera Selatan adalah Lembaga Amil Zakat dan Lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusian kaum dhuafa dengan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf), serta dana lainnya yang halal dan legal dari perorangan, kelompok, perusahaan/lembaga.

Lembaga ini bergerak dibidang penghimpunan (*fundraising*) dana dari masyarakat atau yang telah menjadi donatur tetap yang kemudian disalurkan melalui program-programnya. Dompet Dhuafa adalah lembaga amil zakat yang tersebar di seluruh Indonesia hingga mancanegara, dimana Dompet Dhuafa ada di Sumatera Selatan.

Dompet Dhuafa Sumatera Selatan merupakan amil zakat yang memiliki beberapa program dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat yang memang berhak menerima bantuan. Adapun program-programnya adalah Pendidikan, Ekonomi, Kemanusiaan, Kesehatan dan lain-lain.[[6]](#footnote-6)

Salah satu bentuk kepeduliaan dalam media berdakwah yaitu pada program kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan. Dimana efektivitas program kesehatan Dompet Dhuafa sangat berperan penting dalam media dakwah Islami.

Dimana program kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan merupakan lembaga nirlaba yang memberikan pelayanan kesehatan gratis kepada masyarakat yang tidak mampu. Pelayanan dijalankan menggunakan sistem kepesertaan berbasis keluarga.

Dompet Dhuafa Sumatera Selatan juga memiliki Kantor Layanan Kesehatan Cuma-Cuma (*LKC*) Dompet Dhuafa Sumatera Selatan berdiri sejak 11 Maret 2013. Sejauh ini, Kantor Layanan Kesehatan Cuma-Cuma (*LKC*) telah mengcover sekitar 1700an jiwa (member dhuafa) dan 2100 jiwa member BPJS. Bahkan tercatat di tahun 2017 memiliki lebih dari 15.000 penerima manfaat dari Dompet Dhuafa Sumatera Selatan.[[7]](#footnote-7)

Berdasarkan pada latar belakang fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian **“Efektivitas Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam”.**

1. **Rumusan Masalah**
2. Bagaimana Kinerja Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam?
3. Apakah Faktor Penghambat Yang Dihadapi Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam?
4. Bagaimana Efektivitas Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam?
5. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Setiap penelitian karya ilmiah tentu saja memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah :

1. **Tujuan penelitian**
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Kinerja Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam.
3. Untuk Mengetahui Apakah Faktor Penghambat Yang Dihadapi Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam.
4. Untuk Mengetahui Bagaimana Efektivitas Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam.
5. **Kegunaan Penelitian**
6. Secara Teoritis

Bagi ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapakan dapat memberi konstribusi berkaitan dengan Efektivitas Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam.

1. Secara Praktis
2. Secara praktik penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Efektivitas Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam.
3. Hasil penelitian ini diharapakan dapat berguna bagi almamater dalam penambahan khasanah kepustakaan serta sebagai masukan dalam penelitian selanjutnya.
4. **Tinjauan Pustaka**

Dalam penulisan skripsi ini penulis meneliti tentang Efektivitas Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islami di Kota Palembang. Ada beberapa penelitian terlebih dahulu yang dilakukan tentang Efektivitas dari Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam dengan sudut pandang yang berbeda-beda dari beberapa peneliti.

Pertama, Yuni Susilawati, mengangkat tema penelitian dengan judul “Kontribusi Dompet Dhuafa Dalam Pemberdayaan Kaum Dhuafa Di Banyuasin Melalui Program Pemberdayaan Pertanian Sehat (P3S)”. Inti dari tema yang diangkat Yuni Susilawati adalah bagaimana Kontribusi Dompet Dhuafa Dalam Pemberdayaan Kaum Dhuafa Di Banyuasin Melalui Program Pemberdayaan Pertanian Sehat (P3S). Agar bantuan tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat, masyarakat yang lebih mandiri, serta agar masyarakat terhindar dari aktifitas riba dengan melakukan pinjaman kepada rentenir dan para mustahik berubah menjadi para muzakki.[[8]](#footnote-8)

Kedua Heru Nugroho, dengan judul Metode Dakwah Bi Al-Hal Dalam Proses Belajar Mengajar Di SD Negeri 30 Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin*.* Inti dari tema yang diangkat Heru Nugroho adalah bagaimana pelaksanaan dakwah bi al-hal diterapkan di SD Negeri 30 Talang Kelapa kelas IV. Agar metode dakwah bi-hal ini dapat menjadi solusi dalam penerapan metode belajar di SD Negeri 30 Talang Kelapa. Sehingga tujuan yang di ingin kan oleh para tenaga pengajar dapat mencapai hasil dalam penerapan metode dakwah bil hal.

Ketiga Siska Mayansi*,* yang berjudul Efektivitas Bimbingan Program Keluarga Sakinah Di Kecamatan Ilir Timur II Palembang). Dimana pembahasannya terfokus pada bagaimana Efektivitas Bimbingan Program Keluarga Sakinah Di Kecamatan Ilir Timur II Palembang.[[9]](#footnote-9) Maka dari itu, inti dari tema penelitian ini ialah melihat bagaimana efek atau akibat yang diharapkan oleh pihak komunikator yang terjadi pada bimbingan program keluarga sakinah yang berada di Kecamatan Ilir Timur II Palembang.

1. **Kerangka Teori**

Untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini diperlukan sudut pandang yang akan menentukan dari arah mana analisis akan dilakukan. Fokus utama dari penelitian ini adalah ingin memahami dan mendapatkan gambaran yang jelas mengenai tentang bagaimana Kinerja Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sebagai Media Dakwah Islam, apa saja Faktor Penghambat Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam dan bagaimana Efektivitas Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islam. Penelitian ini menggunakan teori Pendekatan *Uses and Gratifications* (Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan). Teori *Uses and Gratificcation* adalah salah satu teori komunikasi dimana titik berat penelitian yang dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media dalam hal ini, sebagian besar perilaku *audience* akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interests*) individu.[[10]](#footnote-10) Menurut para pendirinya Denis McQuail (1981), Katz (1974), dan Michael Gurevitch (1977) teori *Uses and Gratification* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber yang lain. Teori ini muncul pada tahun 1940 dan mengalami kemunculan kembali dan penguatan pada tahun 1970an dan 1980an. Teori ini mengatakan kebutuhan manusialah yang mempengaruhi bagaimana mereka menggunakan dan merespon saluran media. Teori inilah yang nantinya akan menjadi landasan teori untuk menjawab semua rumusan masalah pada penelitian ini.

1. **Efektivitas**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwasanya efektivitas yang berarti ada pengaruhnya, akibatnya, manjur atau mujarab.[[11]](#footnote-11) Jadi, efektivitas mengandung arti keberpengaruhan atau keberhasilan setelah melakukan sesuatu.[[12]](#footnote-12) Efektivitas merupakan kemampuan untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara atau peralatan yang tepat.[[13]](#footnote-13)

Sedangkan efektivitas diartikan sebagai pedoman kata yang menunjukan taraf pencapaian suatu tujuan dengan kata lain bahwasanya suatu usaha dapat dikatakan efektif jika usaha tersebut telah mencapai tujuannya. Efektivitas merupakan adanya kesesuaian antara orang yang melaksanakan tugas yang dituju. Selanjutnya dijelaskan bahwsanya efektivitas adalah berkaitan erat dengan perbandingan antara tingkat pencapaian tujuan dengan rencana yang telah disusun sebelumnya atau perbandingan hasil nyata dengan hasil yang direncakanan.[[14]](#footnote-14)

Menurut Ety Rochacty dan Ratih Tresnati mendefinisikan efektivitas adalah suatu besaran atau angka utuk menunjukan sampai seberapa jauh sasaran (target) tercapai.[[15]](#footnote-15) Sementara Suharto menerangkan bahwa efektivitas merupakan keterangan yang artinya ukuran hasil tugas atau keberhasilan dalam mencapai tujuan.[[16]](#footnote-16)

Dari berbagai pendapat diatas dapat kita simpulkan bahwasanya efektivitas merupakan keberhasilan dalam mencapai tujuan melalui rencana yang telah disusun sebelumnya.

1. **Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas**

Adapun faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi adalah :[[17]](#footnote-17)

1. Kualitas komunikator
2. Teknik komunikasi yang menyangkut data komunikasi dan penyampaian informasi
3. Media komunikasi
4. Iklim komunikasi
5. Komunikan
6. **Media Dakwah**

Dakwah memang tidak cukup bila disampaikan dengan lisan belaka. Ia harus didukung oleh keberadaan media, yang menjadi saluran penghubung antara ide dengan umat, yang menjadi elemen vital serta urat nadi dalam totalitet dakwah itu sendiri.

Media disini berupa seperangkat alat modern, yang sering kita sebut dengan alat komunikasi massa. Mengapa keberadaan media menjadi sangat penting ksarena setiap kata yang terucap dari manusia gaungnya hanya dapat menjangkau jarak yang sangat terbatas, sedangkan dengan memanfaatkan media atau alat-alat komunikasi massa, maka jangkauan dakwah pun tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu.

Adapun media dakwah yang dapat dimanfaatkan antara lain :

1. Lisan

Da’wah bil lisan yaitu penyampaian informasi atas pesan dakwah melalui lisan. Termasuk dalam bentuk ini adalah ceramah, khutbah, tausiyah, pengajian, pendidikan agama (lembaga pendidikan formal), kuliah, diskusi, seminar, masihat, dan lain sebagainya.

1. Tulisan

Da’wah bil qalam yaitu penyampaian materi dakwah dengan menggunakan media tulisan, Termasuk dalam jenis ini adalah buku-buku, majalah, surat kabar, risalah, buletin, brosur, dan lain sebagainya. Dalam memanfaatkan media ini, hendaknya ia ditampilkan dengan gaya bahasa yang lancar, mudah dicerna, dan menarik minat publik, baik mereka yang awam maupun kaum terpelajar.[[18]](#footnote-18)

1. **Media Massa**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, media massa adalah sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas.[[19]](#footnote-19) Dalam penelitian ini media massa dimaksudkan sebagai sarana dan saluran penghubung untuk menyampaikan informasi dakwah atau pesan dakwah dalam bentuk Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan sebagai salah satu media dakwah dari Dompet Dhuafa Sumatera Selatan yang di teliti oleh Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

1. **Saluran Pesan Dakwah**
2. Saluran adalah perantara, media perantara[[20]](#footnote-20)
3. Pesan berarti suruhan, bisa berupa perintah atau nasehat, amanah yang harus disampaikan kepada orang perorangan atau kelompok tertentu.[[21]](#footnote-21)
4. Dakwah, secara harfiah (*etiomologi*), mengandung arti antara lain : ajakan, panggilan, seruan, permohonan (do’a), pembelaan, dan lain sebagainya.[[22]](#footnote-22) Dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da’a, yad’u, da’watan* yang berarti memanggil, menyeru, mengundang atau mengajak.[[23]](#footnote-23) Dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dakwah melalui media Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan sebagai perantara untuk menyampaikan pesan dakwah yaitu membantu para kaum dhuafa yang belum mampu untuk mengobati penyakitnya agar dapat kembali sehat dan beraktivitas seperti biasanya.
5. **Metode Dakwah**

Metode berasal dari bahasa Yunani yaitu *methodos*, yang merupakan gabungan dari kata *meta* dan *hados*. *Meta* berarti melalui, mengikuti, atau sesudah, sedangkan *hados* berarti jalan, arah, atau cara. Jadi, metode bisa diartikan sebagai suatu cara atau jalan yang bisa ditempuh.

Adapun metode yang akurat untuk diterapkan dalam berdakwah, telah tertuang dalam *QS. An-Nahl ayat 25* yakni :

اُدْعُ اِلٰى سٙبِيْلِ رٙبِ٘كٙ بِا لْحِكْمٙةِ وٙا لْمٙوْعِظٙةِالْحٙسٙنٙةِوٙجاٙدِلْهُمْ بِالّٙتِيْ هِيٙ اٙحْسٙنُ ۗ اِنّٙ رٙبّٙكٙ هُوٙاٙعْلٙمُ بِمٙنْ ضٙلّٙ عٙنْ سٙبِيْلِهٖ وٙهُوٙاٙعْلٙمُ بِالمُهتٙدِ يْنٙ

“*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk*”.[[24]](#footnote-24)

Dari redaksi ayat diatas, terdapat beberapa kerangka dasar tentang metode dakwah.[[25]](#footnote-25) Kerangka dasar tersebut, sebagai berikut :

1. Da’wah bil Hikmah

Hikmah adalah meletakkan sesuatu sesuai pada tempatnya. Kata hikmah ini sering kali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana, yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga akan timbul suatu kesadaran pada pihak mad’u untuk melaksanakan apa yang didengarnya dari dakwah itu, atas dasar kemauannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, konflik maupun rasa tertekan. Dengan demikian, da’wah bil hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi yang dilakukan atas dasar persuasif.

1. Da’wah bil Mau’izhatil Hasanah

Mau’izhah hasanah ialah kalimat atau ucapan yang diucapkan oleh seorang da’i atau mubaligh, disampaikan dengan cara yang baik, berisikan petunjuk-petunjuk ke arah kebajikan, diterangkan dengan gaya bahasa yang sederhana, supaya yang disampaikan itu dapat ditangkap, dicerna, dihayati, dan pada tahapan selanjutnya dapat diamalkan. Bahasa yang lembut begitu enak didengar, berkenan di hati, dan menyentuh sanubari. Ia senantiasa menghindari segala bentuk kekasaran dan caci-maci, sehingga mad’u yang didakwahi tersebut memperoleh kebaikan dan menerima dengan rela hati, serta merasakan kesungguhan sang da’i dalam menyelamatkan mereka suatu kemudaratan.

1. Da’wah bil Mujadalah

Metode untuk mengajak manusia kepada Allah memang sangat banyak dan beragam. Yang paling umum digunakan adalah komunikasi verbal, untuk menyampaikan pesan kepada akal, perasaan, dan hati, baik dengan ungkapan maupun tulisan. Dan pada tahapan tertentu, suatu pembicaraan sering berlanjut dengan diskusi bahkan perdebatan. Padahal, tidak semua da’i menguasai dan memahami dengan benar berbagai persoalan agama, baik dalam bentuk penafsiran maupun aplikasinya. Perdebatan itu sendiri sering kali meruncing dan pembahasannya pun menjadi demikian seru dan memanas. Masing-masing pihak tertentu ingin memenangkan pendapatnya atas pendapat lain. Dalam kondisi seperti ini, maka ia mengharuskan adanya pihak yang kalah dan pihak yang menang.

1. Da’wah bil Hal

Da’wah bil Hal adalh dakwah yang diberikan oleh seseorang melalui amal perbuatan yang nyata. Dapat kita ambil sebagai contoh, adalah apa yang dilakukan oleh Rasulullah ketika untuk yang pertama kalinya beliau beserta sahabat Muhajirin tiba di Madinah. Dalam beberapa kitab *sirah* telah kita ketahui, bahwasanya yang pertama-tama beliau lakukan setibanya di Madinah adalah membangun Masjid Nabawi, tepat di tempat menderumnya unta beliau, *Al-Qashwa*. Bahkan beliau terjun langsung dalam pembangunan masjid itu memindahkan bata dan bebatuan, seraya berdo’a “Ya Allah, tidak ada kehidupan yang lebih baik kecuali kehidupan akhirat. Maka ampunilah orang-orang Anshar dan Muhajiri”. Ternyata sabda beliau ini semakin memompa semangat para sahabat dalam bekerja, hingga salah seorang di antara mereka berkata, “Jika kita duduk saja sedangkan Rasulullah bekerja, itu adalah tindakan yang tersesat”.

Akan tetapi, sebagian besar umat Islam justru kurang memperhatikan efektivitas da’wah bil hal ini, sehingga mereka lebih suka ber-da’wah bil lisan. Padahal hasil yang dicapai dengan metode bil lisan tersebut bisa dikatakan kurang maksimal, bahkan terkesan sangat lamban. Berbeda dengan metode da’wah bil hal yang menghasilkan karya nyata dan mampu menjawab hajat hidup manusia.

Dalam contoh sederhana, da’wah bil hal ini dapat dilakukan semisal dengan membayarkan SPP anak-anak kurang mampu, memberikan pelayanan kesehatan ataupun pengobatan secara gratis, membagi-bagikan sembako, membantu saudara-saudara kita yang tertimpa musibah ataupun bencana alam, turut serta dalam pembangunan masjid, mushalla, surau, madrasah, dan berbagai amalan saleh lainnya.

Konsep da’wah bil hal itu sendiri sebenarnya bersumber pada ajaran Islam, sebagaimana yang dicontohkan secara langsung oleh Rasulullah serta para sahabat beliau, dan umat Islam lah yang seharusnya menjadi pelopor bagi pelaksanaan dakwah ini. Namun, pada realitanya dilapangan justru para misionaris yang mempraktekkannya, sedangkan dakwah Islam masih terjebak pada nilai-nilai normalistik yang kaku. Secara tidak langsung, keadaan inilah yang sering menyebabkan terjadinya perpindahan agama, khususnya bagi mereka yang bertempat tinggal di pelosok-pelosok desa, yang kondisi ekonomi masyarakatnya dapat dibilang cukup memprihatinkan.

Kenyataan di lapangan telah membuktikan bahwasanya betapa efektivnya da’wah bil hal itu. Dan tanpa mengabaikan peranan da’wah bil lisan, maka da’wah bil hal ini seharusnya menjadi prioritas utama bagi umat Islam, khususnya yang tinggal di pelosok-pelosok desa, supaya tidak terjadi lagi yang namanya pindah agama(murtad).

1. Da’wah bil Qalb

Metode ini dakwah dengan menggunakan hati, metode ini lebih signifikan dikarenakan hatilah yang mampu menggerakkan perubahan diri seseorang ketika lisan dan perilaku tidak mempan. Dakwah dengan pendekatan hati ini menjadi sangat diperlukan mengingat banyak para da’i yang berdakwah dengan lebih mengedepankan nalar (*logika*) saja.

1. **Dompet Dhuafa Sumatera Selatan**

Selama 25 tahun membentang kebaikan, Dompet Dhuafa mencoba mendekati kemiskinan dalam tiga cara, yaitu : “*Pelayanan*” yaitu melayani kebutuhan mustahik yang bersifat darurat dan kondisi mendesak. ”*Pengembangan*” yaitu mengembangkan potensi-potensi mustahik dengan membuka akses sumber daya kepada mereka agar terdidik dan terampil. ”*Pemberdayaan*” yaitu memberdayakan mustahik yang memiliki aset tapi lemah dalam mengelola dan mengoptimalkan aset mereka agar mampu menjadi muzakki. Ketiga cara tersebut adalah bagian dari dinamika pengelolaan mandat-mandat ZISWAF Dompet Dhuafa.

Lembaga non pemerintah seperti lembaga amil zakat harus mampu ikut serta membenahi negara ini. Menurut undang-undang no.38 tahun 1999 Lembaga Amil Zakat atau LAZ adalah institusi pengelolaan zakat yang sepenuhnya dibentuk atas prakarsa masyarakat dan oleh masyarakat yang bergerak dibidang dakwah, pendidikan, sosial, kemaslahatan umat Islam dan kesehatan.[[26]](#footnote-26)

Salah satu lembaga amil zakat yang ikut serta dalam pembenahan media dakwah melalui program-programnya adalah Dompet Dhuafa. Lembaga amil zakat Dompet Dhuafa dalah Lembaga Amil Zakat dan Lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusian kaum dhuafa dengan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf), serta dana lainnya yang halal dan legal dari perorangan, kelompok, perusahaan/lembaga.

Lembaga ini bergerak dibidang penghimpunan (*fundraising*) dana dari masyarakat atau yang telah menjadi donatur tetap yang kemudian disalurkan melalui program-programnya. Dompet Dhuafa adalah lembaga amil zakat yang tersebar di seluruh Indonesia hingga mancanegara, dimana Dompet Dhuafa ada di Sumatera Selatan.

Dompet Dhuafa Sumatera Selatan merupakan amil zakat yang memiliki beberapa program dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat yang memang berhak menerima bantuan. Adapun program-programnya adalah Pendidikan, Ekonomi, Kemanusiaan, Kesehatan dan lain-lain.

Salah satu bentuk kepeduliaan dalam media berdakwah yaitu pada program kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan. Dimana efektivitas program kesehatan Dompet Dhuafa sangat berperan penting dalam media dakwah Islami. [[27]](#footnote-27)

1. **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Kualitatif Deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodelogi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Sedangkan deskriptif adalah bagian dari penelitian kualitatif yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang.

1. **Jenis Data**

Jenis penelitian yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan yaitu penelitian langsung terhadap subjek yang dijadikan responden penelitian, maka jenis data dalam penelitian ini adalah sumber data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang di kumpulkan merupakan gambar, kata-kata dan bukannya dalam bentuk angka.[[28]](#footnote-28)

1. **Sumber data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.[[29]](#footnote-29)

1. **Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Peneliti menggunakan wawancara dan observasi kepada pegawai ataupun karyawan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan yang bekerja di bidang Program Kesehatan.

1. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya lewat orang lain yang tidak langsung memberikan informasi ke pengumpul data, misalnya lewat orang lain dan dokumen seperti buku atau arsip lainnya. Dokumen tersebut dilihat dari internet atau buku dan arsip lainnya yang bersangkutan.

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penyusunan penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode, yaitu :

1. *Interview* (wawancara)

Salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.[[30]](#footnote-30) Wawancara digunakan untuk mengungkap pelaksanaan efektivitas program kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islami melalui Di Kota Palembang. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa bagian yang terlibat dalam penerima layanan program kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan.

1. Observasi

Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian.[[31]](#footnote-31) Observasi digunakan untuk mengamati secara dekat bagaimana efektivitas Program Kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan Sebagai Media Dakwah Islami Di Kota Palembang..

1. Dokumentasi

Teknik lain yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumentasi yang ada pada responden atau tempat, dimana responden bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-harinya.[[32]](#footnote-32) Penulis menggunakan dokumentasi dari beberapa sumber seperti melihat arsi-arsip, foto, buku, dan lainnya sebagainya di Klinik Layanan Kesehatan Cuma-Cuma (LKC) Dompet Dhuafa Sumatera Selatan

1. **Sistematika Pembahasan**

Bab Pertama adalah bab yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua membahas tentang landasan teori serta teori-teori yang akan di pakai dalam bab ini yaitu menggunakan teori Pendekatan *Uses and Gratifications* (Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan). Teori *Uses and Gratificcation* adalah salah satu teori komunikasi dimana titik berat penelitian yang dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media dalam hal ini, sebagian besar perilaku *audience* akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*interests*) individu.[[33]](#footnote-33) Menurut para pendirinya Denis McQuail (1981), Katz (1974), dan Michael Gurevitch (1977) teori *Uses and Gratification* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber yang lain. Teori ini muncul pada tahun 1940 dan mengalami kemunculan kembali dan penguatan pada tahun 1970an dan 1980an. Teori ini mengatakan kebutuhan manusialah yang mempengaruhi bagaimana mereka menggunakan dan merespon saluran media. Teori inilah yang nantinya akan menjadi landasan teori untuk menjawab semua rumusan masalah pada penelitian ini. Teori inilah yang nantinya akan menjadi landasan teori.

Bab tiga membahas tentang deskripsi data yang berkenaan dengan variable yang diteliti secara objektif. Adapun yang di bahas, yaitu Deskripsi Wilayah Penelitian tentang sejarah lembaga Dompet Dhuafa, Program-program Lembaga Dompet Dhuafa, Visi, Misi, dan Strategi Lembaga Dompet Dhuafa Sumatera Selatan, serta Lokasi Penelitian.

Bab empat membahas tentang analisis data, dimana hal ini merupakan analisis penulis terhadap temuan hasil penelitian, antara lain memuat tentang kinerja program kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan sebagai media dakwah Islam, faktor penghambat yang dihadapi Dompet Dhuafa Sumatera Selatan sebagai media dakwah Islam, serta efektivitas program kesehatan Dompet Dhuafa Sumatera Selatan sebagai media dakwah Islam.

Sedangkan bab lima membahas tentang penutup, yang berisi tentang kesimpulan dan saran yang merupakan upaya memahami jawaban-jawaban atas rumusan masalah yang ada.

1. WJS Poerwodarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : PN Balai Pustaka, 1976), hlm. 226 [↑](#footnote-ref-1)
2. Onong Uchjana Effendi, *Televisi Siaran Teori Dan Praktek*, (Bandung : Alumni, 1984), hlm. 77 [↑](#footnote-ref-2)
3. Dompet Dhuafa Sumatera Selatan , [*Http://www.muslim.or.id*/](http://www.muslim.or.id/), diakses pada tanggal 2 November 2018 [↑](#footnote-ref-3)
4. Said Bin Wahf Al-Qathani, *9 Pilar Keberhasilan Da’i Medan Dakwah*, (Solo: Pustaka Arafah, 2001), hlm. 23 [↑](#footnote-ref-4)
5. Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Prenada Kencana Media Group, 2009), hlm. 422 [↑](#footnote-ref-5)
6. Dompet Dhuafa Sumatera Selatan, <http://ddsumsel.org/dompet-dhuafa-sumsel-garap-programkesehatan-sumsel>/ [↑](#footnote-ref-6)
7. Dompet Dhuafa Sumatera Selatan, <http://ddsumsel.org/dompet-dhuafa-sumsel-garap-programkesehatan-sumsel>/ [↑](#footnote-ref-7)
8. Yuni Susilawati, “*Kontribusi Dompet Dhuafa Dalam Pemberdayaan Kaum Dhuafa Di Banyuasin Melalui Program Pemberdayaan Pertanian Sehat (P3S)”), Skripsi,* (Jurusan Ahli Madya Perbankan Syariah (A.Md), 2016. [↑](#footnote-ref-8)
9. Siska Mayansi*, “Efektivitas Bimbingan Program Keluarga Sakinah Di Kecamatan Ilir Timur II Palembang),Skripsi,*(Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam), 2015. [↑](#footnote-ref-9)
10. Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi : Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2016), hlm. 201 [↑](#footnote-ref-10)
11. Sulchan Yasyim, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya : Amanah, 1997), hlm. 126 [↑](#footnote-ref-11)
12. Departemen P&K, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1989), hlm. 280 [↑](#footnote-ref-12)
13. T. Hani Handoko, *Manajemen Edisi Ke-2*, (Yogyakarta : BPPE, 1998), hlm. 7 [↑](#footnote-ref-13)
14. E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah, Konsep, Strategi, dan Implementasi*, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 2004), hlm. 82 [↑](#footnote-ref-14)
15. Eti Rochaety dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2005), hlm. 71 [↑](#footnote-ref-15)
16. Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta : Gramedia, 1990), hlm. 207 [↑](#footnote-ref-16)
17. Yuwono S, *Ikhtisar Komunikasi Administrasi*, (Yoggyakarta : Liberty, 1985), hlm. 15 [↑](#footnote-ref-17)
18. Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da’i*, (Jakarta : Amzah, 2008), hlm. 235-236 [↑](#footnote-ref-18)
19. WJS Poerwodarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : PN Balai Pustaka, 1976), hlm. 569 [↑](#footnote-ref-19)
20. Ibid., hlm. 773 [↑](#footnote-ref-20)
21. T. May Rudy, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* *Internasional*, (Bandung : Refika Aditama, 2005), hlm. 15 [↑](#footnote-ref-21)
22. Awaludin Pimay, *Paradigma Dakwah Humanis*, (Semarang : RaSAIL, 2005), hlm. 13 [↑](#footnote-ref-22)
23. Andi Dermawan, *Ibda’ Bi Nafsika : Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*, (Yogyakarta : Tiara Wacana, 2005), hlm. 35 [↑](#footnote-ref-23)
24. Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Bandung : Diponegoro, 2000), hlm. 224. [↑](#footnote-ref-24)
25. Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da’i*, (Jakarta : Amzah, 2008), hlm. 240 [↑](#footnote-ref-25)
26. Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Prenada Kencana Media Group, 2009), hlm. 422 [↑](#footnote-ref-26)
27. Dompet Dhuafa Sumatera Selatan*,* [*http://ddsumsel.org/dompet-dhuafa-sumsel-garap-programkesehatan-sumsel/*](http://ddsumsel.org/dompet-dhuafa-sumsel-garap-programkesehatan-sumsel/)*.* Diakses pada tanggal 11 Januari 2019. [↑](#footnote-ref-27)
28. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), Cet, Ke-3, hlm. 333 [↑](#footnote-ref-28)
29. Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta:Rajawali Pers,2017) , Cet ke-7, hlm.138. [↑](#footnote-ref-29)
30. Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods) ,* (Bandung: Alfabeta,2014), hlm. 188. [↑](#footnote-ref-30)
31. *Ibid,* hlm. 197. [↑](#footnote-ref-31)
32. Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya,* (Yogyakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), hlm. 81. [↑](#footnote-ref-32)
33. Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi : Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2016), hlm. 201 [↑](#footnote-ref-33)