



Accepted: November 2024	Revised: November 2024	Published: Desember 2024
-----------------------------------	----------------------------------	------------------------------------

Urgensi Evaluasi dalam Komunikasi Dakwah Menurut Tafsir Ibnu Katsir dalam QS. Al-Hasyr Ayat 18-19

Edo Ardo Arta Diansah
UIN Sunan Ampel Surabaya

Erwin
UIN Sunan Ampel Surabaya

Wahyu Agung Prasongko
UIN Sunan Ampel Surabaya

Ali Nurdin
UIN Sunan Ampel Surabaya

Siti Aisyah
UIN Sunan Gunung Djati Bandung
Gmail: prasongkoagungwahyu999@gmail.com

Abstract

Evaluating communication in da'wah is a crucial step in achieving the desired or predetermined goals of da'wah. The focus and objective of this study are to understand and discuss the urgency of evaluation in da'wah communication according to Ibn Kathir's interpretation of Quranic Al-Hasyr verses 18-19. The research method used in this study is a qualitative descriptive study with a library research approach. Data were collected using the Publish or Perish application with keywords "Urgency of Da'wah Evaluation" and "Dawah Evaluation" each with 10 scientific articles published in 2023 from Google Scholar, as well as additional data from books, scientific journals, documentation, and other relevant data. According to Ibn Kathir's interpretation of Quranic Al-Hasyr verses 18-19, the study's findings provide an understanding and meaning as an encouragement to evaluate all actions that have been performed. In the context of da'wah communication, preachers (da'i) are encouraged to evaluate all da'wah communication processes. Thus, da'i can perform improvements, evaluations, and enhancements in the Dawah communication process. The urgency of evaluation in da'wah communication includes several aspects, such as evaluating specific and organized da'wah goals, evaluating the suitability of da'wah messages with the needs of the audience, evaluating the quality of da'wah messages, evaluating the audience's response or feedback, evaluating the audience's involvement in the da'wah process, and evaluating the media used for da'wah communication.

Keywords: *Evaluation, Da'wah Communication, Da'wah Management, Tafsir Ibn Kathir, Urgency*

Abstrak

Evaluasi komunikasi dakwah merupakan langkah penting untuk mencapai tujuan dakwah yang diinginkan atau yang telah ditetapkan. Fokus dan tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membahas urgensi evaluasi dalam komunikasi dakwah menurut tafsir Ibnu Katsir menurut QS. Al-Hasyr ayat 18-19. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (library research). Data dikumpulkan menggunakan aplikasi Publish or Perish dengan kata kunci “Urgensi Evaluasi Dakwah” dan “Evaluasi Dakwah” masing-masing 10 artikel ilmiah yang dipublikasikan tahun 2023 dengan sumber Google Scholar, kemudian data lainnya dari buku, jurnal ilmiah, dokumentasi, dan data lainnya sesuai dengan tema kajian yang diteliti. Hasil penelitian ini menurut tafsir Ibnu Katsir dari QS. Al-Hasyr ayat 18-19 memberikan pemahaman dan makna sebagai anjuran untuk melakukan penilaian atau evaluasi atas segala perbuatan yang telah dilakukan. Dalam konteks komunikasi dakwah, pendakwah (da'i) dianjurkan untuk menilai dan mengevaluasi segala proses komunikasi dakwah. Dengan begitu, da'i dapat melakukan perbaikan, evaluasi, serta peningkatan dalam proses komunikasi dakwah. Urgensi evaluasi dalam komunikasi dakwah terdapat beberapa aspek, yaitu evaluasi tujuan dakwah yang spesifik dan teratur, evaluasi kesesuaian pesan dakwah yang disampaikan dengan kebutuhan mad'u, evaluasi kualitas pesan dan dakwah yang disampaikan, evaluasi respons atau feedback mad'u, evaluasi keterlibatan mad'u dalam proses dakwah, serta evaluasi terhadap media komunikasi dakwah yang digunakan.

Kata Kunci: *Evaluasi, Komunikasi Dakwah, Manajemen Dakwah, Tafsir Ibnu Katsir, Urgensi*

Pendahuluan

Pentingnya dakwah dalam Islam sebagai upaya menyebarkan pesan keagamaan dan nilai-nilai moral kepada *mad'u*. Melalui dakwah umat Muslim diajak untuk memahami ajaran agama dengan lebih baik, memperkuat keimanan, serta mempraktikkan nilai-nilai moral dalam kehidupan sehari-hari. Dakwah juga memainkan peran penting dalam membangun kesadaran spiritual dan moralitas *mad'u*, serta membantu dan mendorong untuk menjalani kehidupan yang sesuai dengan ajaran Islam. Dakwah memiliki tujuan utama, yaitu telah dijelaskan dalam QS. Ali Imran ayat 110, yang artinya “*Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.*” (QS. Ali Imran [3]: 110).¹

Dari ayat di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan kegiatan dakwah merupakan upaya untuk mengajak kepada yang makruf (kebaikan) dan

¹ Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan* (Jakarta: Departemen Agama, 2019), <https://lajnah.kemenag.go.id/unduh/quran-kemenag.html>.

mencegah yang munkar (keburukan). Dakwah merupakan ajakan kepada umat Islam untuk memperjuangkan nilai-nilai kebaikan, menyebarkan kasih sayang, dan berupaya untuk memperbaiki kondisi sosial yang ada di sekitar mereka. Selain itu, dakwah memiliki peran penting dalam menegakkan keadilan, menjaga ketertiban masyarakat, serta mencegah dan melarang kepada keburukan.²

Dakwah dalam masyarakat yang semakin berkembang dan terhubung melalui media sosial dan teknologi digital. Melalui media sosial dan teknologi digital, dakwah dapat menembus batasan geografis dan waktu, mencapai *mad'u* yang lebih luas dan beragam. Menurut Ummah dalam penelitian Prasongko dan Aisyah, media dakwah modern yaitu berdakwah menggunakan media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok.³ Pesan-pesan dakwah dengan memanfaatkan media sosial dapat disebarkan dengan cepat dan efisien, memungkinkan para pendakwah untuk berinteraksi langsung dengan *mad'u*, serta mendapatkan umpan balik yang lebih cepat.

Dengan memanfaatkan platform-platform digital dan media sosial, dakwah dapat menjadi lebih inklusif, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan dan gaya hidup *mad'u*. Namun, tentu tantangan baru muncul dalam mengelola dakwah melalui media sosial dan teknologi digital, termasuk dalam memastikan kebenaran informasi, menjaga kualitas pesan dakwah, dan menghadapi berbagai persepsi dan interpretasi yang beragam dari *mad'u* atau netizen. *Mad'u* atau netizen tentu beragam baik budaya, etnis, suku, ide atau pandangan, pendidikan, dan kelas sosial.⁴

Penting untuk diketahui bahwa seorang *da'i* dalam berdakwah tidak hanya harus memiliki pemahaman ilmu-ilmu ajaran agama Islam yang mendalam, akan tetapi juga harus memiliki keterampilan dalam berkomunikasi yang baik. Kemampuan berkomunikasi yang baik dan efektif memainkan peran kunci dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan jelas, lugas, persuasif kepada *mad'u*, inklusif, dan saling menghormati, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan lebih baik dan lebih mudah dipahami.

Setelah menguasai atau terampil dalam komunikasi dakwah, penting untuk melakukan evaluasi secara berkala. Evaluasi merupakan proses penilaian dan pengukuran terhadap suatu aktivitas, program, atau kinerja (dalam hal ini komunikasi atau aktivitas dakwah) untuk mengevaluasi efektivitas, keberhasilan, dan perbaikan yang dapat dilakukan. Menurut Usiono dkk., Evaluasi adalah proses yang terorganisir secara sistematis yang menganalisis dan mengumpulkan data yang digunakan untuk

² Zaenal Muttaqin, "Reinterpretasi Dakwah Islam Untuk Mengatasi Problem-Problem Kemanusiaan," *Aqlam: Journal of Islam and Plurality* 5, no. 1 (March 15, 2023): 29–43, <https://doi.org/10.30984/ajip.v5i1.1132>.

³ Wahyu Agung Prasongko and Siti Aisyah, "Media Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Kementerian Agama RI (Kemenag RI) Dan Ibnu Katsir," *Ulumul Qur'an: Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir* 4, no. 1 (March 31, 2024): 105–24.

⁴ Ali Nurdin et al., *Revolusi Dakwah*, 1st ed. (Yogyakarta: Lambaga Ladang Kata, 2024).

mengukur keputusan dalam program atau kegiatan dan menentukan apakah ada perbaikan pada program dan menjadikan program atau kegiatan itu lebih baik.⁵

Evaluasi komunikasi atau aktivitas dakwah merupakan langkah penting untuk memahami efektivitas dakwah dalam mencapai tujuan dakwah yang diinginkan. Evaluasi ini bertujuan untuk meningkatkan kekuatan dan kelebihan dalam menyampaikan komunikasi dakwah, serta untuk memperbaiki kekurangan atau kelemahan yang mungkin terdapat dalam proses penyampaian pesan-pesan dakwah. Dengan melakukan evaluasi secara konsisten, para *da'i* dapat memantau atau mengamati efektivitas komunikasi dakwahnya, mengetahui respons atau *feedback* dari *mad'u* terhadap pesan yang disampaikan, serta menemukan bagian atau unsur komunikasi dakwah yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki. Evaluasi yang dilakukan akan membantu *da'i* untuk terus berkembang dalam keterampilan berkomunikasi, menyempurnakan metode dan media dakwah yang digunakan, serta menjadikan dakwah yang disampaikan lebih relevan dan berdampak positif bagi masyarakat.

Menurut Kirkpatrick dan Kirkpatrick, evaluasi komunikasi adalah sebuah kerangka evaluasi yang digunakan untuk mengukur efektivitas komunikasi. Model ini terdiri dari empat tingkatan evaluasi yang saling terkait dan saling mendukung, yaitu reaksi, pembelajaran, perilaku, dan hasil.⁶

Secara umum, komunikasi adalah proses pembentukan, pengiriman, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi dalam diri seseorang atau antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu.⁷ Dakwah adalah kegiatan yang dilakukan secara sadar oleh seorang individu atau kelompok muslim yang di dalamnya individu atau kelompok tersebut dituntut untuk hidup sesuai dengan ajaran Islam, yaitu taat terhadap segala perintah Allah dan menjauhi segala larangannya, demi mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat sebagaimana tercantum dalam Al-Quran dan Hadits.⁸

Pada Al-Quran, terdapat beragam perspektif tafsir yang dikembangkan oleh para ulama dan ahli tafsir selama berabad-abad. Salah satunya tafsir Ibnu Katsir memberikan penjelasan yang mendalam tentang konteks sejarah, makna ayat, dan hikmah di balik setiap perintah dan larangan yang terdapat dalam Al-Quran.⁹ Ibnu Katsir dalam menafsirkan ayat Al-Quran sangat berhati-hati. Metode penafsiran Ibnu

⁵ Usiono, Rica Widiastuty, and Azwardi, "Evaluasi Peningkatan Mutu Sekolah Melalui Pengembangan Profesionalisme Guru," *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* 2, no. 3 (July 28, 2021): 55–65, <https://doi.org/10.51178/cjerss.v2i3.227>.

⁶ Donald Kirkpatrick and James Kirkpatrick, *Evaluating Training Programs: The Four Levels* (Berrett: Koehler Publishers, 2006).

⁷ Desi Damayani Pohan and Ulfi Sayyidatul Fitria, "Jenis Jenis Komunikasi," *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, July 27, 2021, 29–37.

⁸ Syah Ahmad Qudus Dalimunthe, "Terminologi Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (February 13, 2023): 1415–20, <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.5436>.

⁹ Nabila Fajriyanti Muhyin and Muhammad Ridlwan Nasir, "Metode Penafsiran Ibnu Katsir dalam Tafsir Al-Qur'an Al-Adzim," *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* 8, no. 1 (June 26, 2023): 145–62, <https://doi.org/10.30868/at.v8i01.4482>.

Katsir adalah salah satu yang terbaik dalam bidang penafsiran. Ibnu Katsir menafsirkan Al-Quran dengan mencari penjelasan ayat global pada ayat-ayat lain yang menjelaskan ayat tertentu dalam Al-Quran secara detail. Apabila Ibnu Katsir tidak dapat menemukan penjelasan suatu ayat Al-Quran, Ia mencarinya dalam Sunah atau hadis. Jika tidak ditemukan dalam Al-Quran atau hadis, maka Ia merujuk pada sabda para sahabat Nabi. Jika penjelasannya masih belum ditemukan, Ibnu Katsir menafsirkan ayat-ayat Al-Quran dengan memperhatikan pendapat *tabi'in*. Selanjutnya, pendapat para ulama adalah yang menafsirkan ayat-ayat berdasarkan *ra'yu*.¹⁰

Terdapat beberapa kajian terdahulu yang meneliti tentang evaluasi komunikasi atau aktivitas dakwah, yaitu berikut ini: *pertama*, penelitian dengan judul “Evaluasi Komunikasi dalam Kegiatan Kehumasan pada Mata Kuliah Audit Humas”.¹¹ *Kedua*, penelitian dengan judul “Urgensi Evaluasi dalam Proses Pembelajaran”.¹² *Ketiga*, penelitian dengan judul “Urgensi Penilaian Portofolio dalam Evaluasi Pembelajaran di Era Society 5.0”.¹³

Berdasarkan latar belakang dan kajian terdahulu di atas maka terdapat distingsi pada penelitian ini, yaitu terletak pada pembahasannya. Pada kajian terdahulu lebih mengkaji terkait evaluasi komunikasi dalam kehumasan, urgensi evaluasi pada proses pembelajaran, dan urgensi portofolio dalam evaluasi pembelajaran. Sedangkan, fokus dan tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membahas terkait urgensi evaluasi dalam komunikasi dakwah menurut tafsir Ibu Katsir QS. Al-Hasyr ayat 18-19. Pada kajian terdahulu masih belum ada yang membahas terkait dengan tema atau fokus kajian tentang urgensi evaluasi dalam komunikasi dakwah. Oleh karena itu, pada artikel atau penelitian ini akan mengkaji terkait pembahasan tersebut.

Metode penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Penelitian kualitatif merupakan metode untuk menjelajah dan memahami makna dari kelompok atau individu yang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.¹⁴ Pendekatan yang digunakan adalah studi pustaka (*library research*), yaitu data yang dikumpulkan

¹⁰ Raihani Salma Amatullah et al., “Konsep Pendidikan Islam Dalam Al-Qur’an: Studi Analisis Tafsir Ibnu Katsir,” *Ulumul Qur’an: Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur’an Dan Tafsir* 3, no. 2 (October 31, 2023): 173–86.

¹¹ Yanti Setianti et al., “Evaluasi Komunikasi dalam Kegiatan Kehumasan pada Mata Kuliah Audit Humas,” *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi* 1, no. 01 (2017): 386–92, <https://doi.org/10.25008/pknk.v1i1.119>.

¹² Khoirul Anwar, “Urgensi Evaluasi Dalam Proses Pembelajaran,” *Rausyan Fikr: Jurnal Pemikiran Dan Pencerahan* 17, no. 1 (March 15, 2021): 108–44, <https://doi.org/10.31000/rf.v17i1.4183>.

¹³ Ismail Marzuki, “Urgensi Penilaian Portofolio Dalam Evaluasi Pembelajaran Di Era Society 5.0,” *Tadarus Tarbawy: Jurnal Kajian Islam Dan Pendidikan* 5, no. 2 (December 27, 2023): 171–79, <https://doi.org/10.31000/jkip.v5i2.10073>.

¹⁴ John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, 4th ed. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019).

berasal dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, *e-journal*, riset, dan dokumen lainnya yang mendukung.¹⁵

Sumber data primer pada penelitian mengelompokkan artikel ilmiah menggunakan aplikasi Publish or Perish dengan kata kunci “Urgensi Evaluasi Dakwah” dan “Evaluasi Dakwah” masing-masing 10 artikel yang dipublikasi tahun 2023 dengan sumbernya Google Scholar, serta Al-Quran dan tafsir Ibnu Katsir. Kemudian, data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, artikel ilmiah, jurnal, hasil penelitian, dan dokumentasi terkait dengan topik penelitian yang dibahas. Sumber data yang diperoleh tersebut, kemudian diolah dan dianalisis yang selanjutnya diambil kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Komunikasi dakwah merujuk pada proses penyampaian pesan-pesan keagamaan atau moral dengan tujuan menyebarkan ajaran agama dan mempengaruhi pemahaman serta perilaku individu dalam masyarakat. Komunikasi dakwah menurut Ilahiah dalam penelitian Fitria dan Aditia, adalah proses penyampaian informasi pesan dakwah dari komunikator (*da'i*) kepada komunikan (*mad'u*) dengan tujuan untuk mengajak, mengubah, dan mempengaruhi perilaku atau sikap yang bersumber dari Al-Quran dan hadis baik disampaikan secara langsung atau melalui media.¹⁶

Pendapat para ulama Islam menekankan pentingnya komunikasi dakwah sebagai salah satu kewajiban umat Islam untuk menyebarkan ajaran agama kepada orang lain. Menurut Wulandari dan Wahyudi, dakwah menentukan tegak atau runtuhnya suatu masyarakat, oleh karena itu dakwah menjadi wajib bagi umat Islam.¹⁷ Sedangkan menurut Nugroho dan Halwati, dakwah merupakan kewajiban umat Islam yang berkelanjutan dan dilakukan dengan tujuan untuk memajukan umat manusia yang sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam.¹⁸ Dalam menyampaikan komunikasi dakwah ditekankan atau dituntut harus dilakukan dengan cara yang santun, berlandaskan ilmu dan hikmah, serta mengutamakan kebaikan dan keberkahan dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan.

Dalam konteks agama Islam, komunikasi dakwah merupakan upaya untuk menyebarkan ajaran Islam kepada orang lain dengan tujuan mengajak mereka untuk memahami, menerima, dan mengamalkan ajaran tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi dakwah dilakukan dengan penuh keikhlasan, kesabaran, dan

¹⁵ Miza Nina Adlini et al., “Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka,” *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6, no. 1 (March 1, 2022): 974–80, <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.

¹⁶ Rini Fitria and Rafinita Aditia, “Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0,” *Dawuh: Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (March 3, 2020): 1–8.

¹⁷ Halwa Sri Wulandari and Ira Wahyudi, “Komunikasi Dakwah Dalam Kajian Rutin Mingguan Di Masjid Jami’ Al-Barokah KP. Hujung Kulon,” *Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 4, no. 1 (March 30, 2024): 25–34, <https://doi.org/10.29313/hikmah.v4i1.3335>.

¹⁸ Adhitya Ridwan Budhi Prasetyo Nugroho and Umi Halwati, “Komunikasi Dakwah Islam Pada Masyarakat Milenial Di Era Globalisasi,” *ICODEV: Indonesian Community Development Journal* 4, no. 1 (June 30, 2023): 33–45, <https://doi.org/10.24090/icodev.v4i1.8547>.

hikmah, serta bertujuan untuk memperkuat iman, membangun moralitas, memperluas pemahaman agama di masyarakat, dan mengajak untuk berbuat kebaikan (makruf) serta meninggalkan perbuatan tercela (munkar). Pada proses penyampaian dakwah terdapat unsur-unsur dakwah yang harus diperhatikan. Kelima unsur-unsur dakwah tersebut yaitu pendakwah (*da'i*), pesan dakwah, jamaah (*mad'u*), materi dakwah, metode penyampaian dakwah, media dakwah, dan efek.¹⁹

A. Definisi Manajemen Dakwah

Manajemen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran dan tujuan atau yang memiliki tanggung jawab atas jalannya aktivitas, perusahaan, atau organisasi. Secara sederhana, manajemen adalah usaha untuk mengatur dan memberikan arahan kepada berbagai sumber daya dengan tujuan mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan. Sumber daya tersebut mencakup manusia (*man*), uang (*monay*), barang atau jasa (*material*), mesin (*mechine*), metode (*method*), dan pasar (*market*). Secara khusus G.R Terry memberikan definisi manajemen dalam Muamanah, yaitu manajemen adalah proses unik atau khas yang dilakukan dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*directing*), dan pengendalian (*controlling*) untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan berbagai sumber daya.²⁰ Oleh karena itu dapat dipahami bahwa, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian terhadap sumber daya baik itu manusia, uang, material, mesin atau alat, metode, dan pasar dengan tujuan untuk mencapai sasaran atau hasil yang telah ditetapkan atau diinginkan secara efektif dan efisien serta mengurangi kekurangan dan memaksimalkan kelebihan.

Manajemen dakwah secara harfiah terdiri dari dua kata, yaitu “manajemen” dan “dakwah”. Manajemen artinya proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan atau pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu dengan efektif dan efisien. Sedangkan, dakwah artinya mengajak atau menyeru dan menyampaikan ajaran agama Islam kepada *mad'u* atau masyarakat. Dengan demikian, manajemen dakwah adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan terhadap kegiatan dakwah baik *da'i*, *mad'u*, atau materi (pesan) yang tujuannya untuk menyampaikan dakwah secara efektif kepada masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa, manajemen dakwah adalah penerapan prinsip-prinsip manajemen dalam kegiatan dakwah untuk mencapai sasaran atau tujuan dakwah yang telah ditetapkan secara maksimal.

Menurut Mahmudin dalam Musholi, manajemen dakwah adalah proses pemanfaatan sumber daya yang dilakukan dengan tujuan untuk mewujudkan nilai-

¹⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 6th ed. (Jakarta: Kencana, 2017).

²⁰ Pujiati Yeni Muamanah, “Penerapan Fungsi Manajemen Dakwah Di Panti Asuhan Darurrohman Di Desa Godong Grobogan” (Skripsi, IAIN Kudus, 2020), <http://repository.iainkudus.ac.id/3418/>.

nilai ajaran Islam sebagai tujuan bersama.²¹ Sedangkan menurut Munir dan Ilaihi, manajemen dakwah adalah pengaturan kegiatan dakwah secara sistematis dan koordinatif mulai dari sebelum pelaksanaan hingga akhir pelaksanaan.²² Manajemen dakwah dapat diartikan sebagai penerapan prinsip manajemen dalam kegiatan dakwah demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan, dan juga dapat meningkatkan profesionalisme di masyarakat khususnya para pendakwah (*da'i*).

Manajemen dakwah memiliki ruang lingkupnya sendiri dalam kegiatan atau aktivitas dakwah. Ruang lingkup kegiatan atau aktivitas dakwah pada manajemen merupakan sarana dan alat yang menunjang kegiatan dakwah itu sendiri. Menurut Musholi, terdapat beberapa komponen dalam ruang lingkup manajemen dakwah yaitu terdiri dari *da'i*, materi dakwah, dan *mad'u*.²³ Sebagai pendakwah (*da'i*) sangat penting untuk memahami dan menerapkan manajemen dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada para *mad'u* agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan efektif.

Pelaksanaan manajemen dakwah tidak dapat terlepas dari hakikat dan fungsi dakwah itu sendiri, yang mana telah dijelaskan dalam QS. Ali Imran ayat 104. Pada ayat tersebut Allah memerintahkan umat Islam untuk menyeru dan mengajak kepada yang *ma'ruf* dan melarang atau mencegah dari yang *munkar*. Sedangkan, fungsi-fungsi manajemen adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan dalam manajemen sesuai dengan fungsi masing-masing dan mengikuti tahapan tertentu dalam pelaksanaannya. Terdapat empat fungsi dalam manajemen dakwah, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *directing* (penggerakan), dan *controlling* (pengawasan, pengelolaan, atau evaluasi).²⁴

Pertama, perencanaan (*planning*) artinya proses di mana upaya yang dilakukan untuk memprediksi tren (kecenderungan) di masa depan dan menentukan strategi dan taktik yang tepat untuk mencapai tujuan dan sasaran. *Kedua*, pengorganisasian (*organizing*) artinya proses ini melibatkan perancangan strategi dan taktik yang telah direncanakan menjadi struktur organisasi yang cepat dan tangguh, dengan sistem dan lingkungan yang mendukung, sehingga memastikan bahwa semua anggota organisasi dapat bekerja secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Ketiga, penggerakan (*organizing*) artinya proses pelaksanaan program oleh seluruh pihak organisasi (dalam hal ini panitia pelaksana dakwah), serta proses yang memberikan motivasi kepada semua pihak terkait agar melaksanakan tanggung jawab dengan penuh kesadaran dan produktivitas tinggi. Pengorganisasian merupakan keseluruhan proses pengelompokan orang, alat, tugas, tanggung jawab, dan wewenang untuk menciptakan organisasi yang dapat bekerja sebagai satu-kesatuan

²¹ Musholi, "Pengembangan Masyarakat Dan Manajemen Dakwah," *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* 9, no. 2 (September 4, 2017): 487–521.

²² M Munir and Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, 2nd ed. (Jakarta: Rahmat Semesta, 2009).

²³ Musholi, "Pengembangan Masyarakat Dan Manajemen Dakwah."

²⁴ Muamanah, "Penerapan Fungsi Manajemen Dakwah Di Panti Asuhan Darurrohman Di Desa Godong Grobogan."

untuk mencapai tujuan bersama. *Keempat*, pengawasan dan evaluasi (*controlling*) artinya proses yang memastikan bahwa rencana, organisasi, dan rangkaian aktivitas yang dilakukan berjalan sesuai harapan. Pengawasan atau evaluasi manajemen dakwah dapat dikatakan pengetahuan teoritis praktis. Oleh karena itu, pengawasan atau evaluasi manajemen dakwah dapat dikategorikan sebagai bagian dari perilaku terapan, yang berorientasi pada tataran bagi *da'i* tentang cara mengelola, menjalankan, dan mengendalikan organisasi atau kegiatan dakwah yang dianggap baik.

B. Urgensi Evaluasi dalam Komunikasi Dakwah Berdasarkan Tafsir Ibnu Katsir dalam QS. Al-Hasyr Ayat 18-19

Evaluasi dalam komunikasi dakwah memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan efektivitas dan kualitas dakwah yang disampaikan. Menurut Arofah, evaluasi adalah penerapan proses yang sistematis dengan tujuan untuk menilai rancangan, implementasi, dan efektivitas suatu program,²⁵ dalam hal ini komunikasi dakwah. Dengan evaluasi komunikasi dakwah data dan informasi yang diperoleh dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik dalam mengembangkan komunikasi dakwah.²⁶

Terdapat banyak ayat Al-Quran yang membahas tentang dakwah dan bagaimana seharusnya dakwah itu dilakukan atau dilaksanakan. Salah satu hal penting dalam komunikasi dakwah yaitu evaluasi atau penilaian terhadap proses komunikasi dakwah itu sendiri. Hal tersebut bertujuan untuk memastikan komunikasi dakwah yang dilaksanakan atau disampaikan sesuai dengan ajaran Islam dan mencapai tujuan komunikasi dakwah dengan efektif dan efisien.

Salah satu ayat yang membahas atau mengandung makna tentang penilaian atau evaluasi yaitu QS. Al-Hasyr ayat 18-19. Dalam surah Al-Hasyr tersebut membahas tentang penting dan artinya penilaian diri dalam kehidupan seorang muslim.²⁷ Ayat tersebut berbunyi sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍّ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾ وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ نَسُوا اللَّهَ فَأَنْسَاهُمْ أَنْفُسَهُمْ أُولَٰئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ
﴿١٩﴾

²⁵ Eli Fitrotul Arofah, "Evaluasi Kurikulum Pendidikan," *Jurnal Tawadhu* 5, no. 2 (October 22, 2021): 218–29, <https://doi.org/10.52802/twd.v5i2.236>.

²⁶ Erwan Efendi, Aviatri Fatimah, and Indah Mawati Sipahutar, "Peran Sistem Informasi Terhadap Pengembangan Dakwah Islam," *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)* 5, no. 2 (April 9, 2023): 3230–38, <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.13879>.

²⁷ Widya Tri Mawarni et al., "Urgensi Evaluasi Pendidikan Dalam Proses Pembelajaran Menurut Tafsir Al-Misbah Q.S Al-Hasyr Ayat 18-19," *Author: Education and Learning Journal* 2, no. 4 (June 20, 2023): 494–99, <https://doi.org/10.31004/author.v2i4.197>.

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (19) “Janganlah kamu seperti orang-orang yang melupakan Allah sehingga Dia menjadikan mereka lupa kepada diri mereka sendiri. Mereka itulah orang-orang fasik.” (QS. Al-Hasyr [59]: 18-19).²⁸

Mengenai QS. Al-Hasyr ayat 18-19 tentang evaluasi atau penilaian, Allah SWT. berfirman dalam QS. Al-Hasyr ayat 18, yaitu: *يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ* *“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah,”* maknanya adalah Allah memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa bertakwa kepada-Nya, dan hal itu mencakup melaksanakan semua perintah-Nya dan meninggalkan semua larangan-Nya, dan *وَلْتَنْتَظِرْ نَفْسُ مَا قَدَّمَتْ لِغَدٍ* *“dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok.”* Maksudnya, hisaplah (evaluasi atau berikan penilaian) terhadap diri kalian sebelum dihisab oleh Allah SWT., dan lihatlah apa yang telah kalian tabung (kerjakan) untuk diri sendiri berupa amal saleh untuk hari kemudian (akhirat). *وَ اتَّقُوا اللَّهَ* *“dan bertakwalah kepada Allah.”* Merupakan penekanan atau memperjelas untuk bertakwa kepada Allah SWT. *إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ* *“Sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”* Maknanya adalah sesungguhnya Allah mengetahui segala perbuatan dan keadaan kalian.²⁹

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa Allah SWT. selain memerintahkan untuk selalu bertakwa kepada-Nya. Allah juga menganjurkan umat manusia melakukan perbuatan di hari esok, dan menganjurkan untuk senantiasa melakukan evaluasi atau penilaian terhadap perbuatan atau kegiatan yang telah dilakukan. Layaknya pendakwah (*da'i*) yang sudah menyampaikan pesan-pesan dakwahnya. Kemudian, Ia dianjurkan untuk mengamati kembali proses penyampaian komunikasi dakwahnya, tujuannya adalah agar penyampaian selanjutnya lebih baik atau melakukan perbaikan atau evaluasi jika terdapat kekurangan atau kelemahan. Jika baik maka akan mendapatkan pahala, begitu pun sebaliknya jika buruk akan mendapatkan dosa. Allah menganjurkan untuk selalu melakukan perbaikan, penilaian, dan penyempurnaan atas segala pekerjaan atau aktivitas yang sudah dilakukan.

Allah SWT. berfirman dalam QS. Al-Hasyr ayat 19 untuk menegaskan ayat sebelumnya, yaitu: *وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ نَسُوا اللَّهَ فَأَنسَاهُمْ أَنفُسَهُمْ* *“Dan janganlah kamu seperti orang-orang yang lupa kepada Allah, lalu Allah menjadikan mereka lupa kepada diri sendiri.”* Artinya, janganlah kalian lupa untuk berzikir kepada Allah SWT. sehingga Allah pun akan menjadikan kalian lupa berbuat (melakukan) kepentingan kalian sendiri (amal saleh) yang bermanfaat bagi kalian di akhirat kelak, karena sesungguhnya balasan itu sesuai dengan amal perbuatannya. Oleh karena itu, Allah berfirman, *أُولَٰئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ* *“Mereka itulah orang-orang yang fasik.”* Yaitu orang-orang

²⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, QS. Al-Hasyr [59]: 18-19.

²⁹ M. Abdul Ghoffar, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 8*, 2nd ed. (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2003).

yang keluar dari ketaatan kepada Allah, yang binasa pada hari kiamat, dan merugi pada hari pembalasan kelak.³⁰

Dari terjemahan dan tafsir Ibnu Katsir terkait QS. Al-Hasyr ayat 18-19 dapat diambil penjelasan bahwa sebagai pendakwah (*da'i*) atau pelaku kegiatan dakwah harus senantiasa memperhatikan terhadap aktivitas dakwah yang sudah dilakukan. Hal tersebut sangat berguna untuk mencapai kegiatan komunikasi dakwah yang lebih baik di masa depan. Evaluasi atau penilaian terhadap kegiatan komunikasi dakwah dapat menjadi acuan dalam menentukan kesuksesan atau keberhasilan dalam aktivitas komunikasi dakwah. Dengan evaluasi, pendakwah (*da'i*) dapat melakukan perbaikan apabila dalam penyampaian komunikasi dakwah dianggap masih terdapat kekurangan atau kurang efektif dan dapat menyempurnakan hal yang sudah baik. Dengan demikian, evaluasi atau penilaian memungkinkan pendakwah (*da'i*) atau pelaku kegiatan dakwah untuk melihat dengan akurat dan meyakinkan apakah tujuan komunikasi dakwah telah tercapai atau belum.³¹

Pendakwah (*da'i*) atau pelaku kegiatan komunikasi dakwah sebagai evaluator harus melakukan penilaian atau melihat terlebih dahulu terhadap dirinya sendiri, karena merekalah yang menjembatani para jamaah (*mad'u*) dalam mencapai tujuan komunikasi dakwah. Penilaian yang dimaksud adalah menilai apakah dalam menyampaikan komunikasi dakwah sudah menerapkan dan memperhatikan penggunaan unsur-unsur dakwah sudah tepat atau belum. Selanjutnya, lakukan evaluasi kepada jamaah (*mad'u*), dalam hal ini yang menjadi penilaian atau evaluasi adalah efek atau perubahan perilaku oleh jamaah (*da'i*) itu sendiri, apakah menjadi lebih baik, lebih buruk, atau tidak ada perubahan. Dalam penilaian atau evaluasi pendakwah (*da'i*) harus memperhatikan dan mengevaluasi dari semua unsur dakwah baik pesan, metode, media, dan efek dari komunikasi dakwah yang disampaikan.

Evaluasi dalam komunikasi dakwah memiliki peran yang sangat penting. Evaluasi dalam komunikasi dakwah terbagi menjadi beberapa aspek yang perlu diperhatikan dan dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Evaluasi Tujuan Dakwah yang Spesifik dan Teratur

Tujuan dakwah yang spesifik dan teratur mengacu pada penetapan tujuan atau tema yang jelas, terukur, dan terstruktur dalam proses komunikasi dakwah. Artinya, tujuan (tema) yang disampaikan dalam komunikasi dakwah haruslah spesifik terkait apa yang ingin dicapai, terukur dalam hal bagaimana keberhasilan akan diukur, dan teratur dalam hal rencana dan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Penting untuk menentukan tema yang sesuai dan tepat untuk masyarakat (*mad'u*) kontemporer terlebih dahulu dalam melakukan perencanaan atau

³⁰ Ghoffar.

³¹ Idrus L, "Evaluasi Dalam Proses Pembelajaran," *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 9, no. 2 (August 1, 2019): 920–35, <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v9i2.427>.

evaluasi komunikasi dakwah.³² Dengan menetapkan tujuan komunikasi dakwah yang spesifik dan teratur, pendakwah (*da'i*) dapat lebih fokus, efektif, dan efisien dalam menyampaikan pesan komunikasi dakwah kepada *mad'u*.

Evaluasi tujuan dakwah yang spesifik dan teratur adalah proses penilaian untuk memastikan bahwa kegiatan dakwah yang dilakukan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dan dilakukan dengan cara yang sistematis dan berkesinambungan. Sebagai *da'i* harus merumuskan tujuan komunikasi dakwah yang jelas dan spesifik agar mudah untuk dipahami dan diukur. Dalam menentukan tujuan, yang harus diperhatikan adalah menentukan kepada siapa yang menjadi sasaran komunikasi dakwah, materi atau pesan komunikasi dakwah tentang apa yang disampaikan, metode atau strategi yang sesuai, dan efek atau hasil terhadap perubahan perilaku jamaah (*mad'u*).

Contoh evaluasi tujuan komunikasi dakwah yang spesifik dan terukur dapat meliputi: *Pertama*, tujuan yaitu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang ajaran agama Islam tentang kasih sayang dan toleransi. *Kedua*, spesifikasi yaitu menyelenggarakan tiga sesi komunikasi dakwah tentang kasih sayang dan toleransi dalam dua minggu. *Ketiga*, indikator keberhasilan yaitu partisipasi minimal 15 orang dalam setiap sesi komunikasi dakwah, peningkatan pengetahuan *mad'u* sebesar 30% dari *pre-test* ke *post-test*. *Keempat*, evaluasi yaitu melakukan survei kepuasan *mad'u* setelah sesi komunikasi dakwah, serta mengumpulkan data peningkatan pengetahuan *mad'u* sebelum dan setelah penyampaian komunikasi dakwah. Dengan menetapkan tujuan (tema) yang spesifik, spesifikasi, indikator keberhasilan, dan metode evaluasi yang jelas, pendakwah (*da'i*) dapat mengukur kemajuan dan keberhasilan dalam mencapai tujuan komunikasi dakwah tersebut.

2. Evaluasi Kesesuaian Pesan Dakwah yang Disampaikan dengan Kebutuhan Mad'u

Menurut Rosmalina dan Khaerunnisa, pesan komunikasi dakwah harus disesuaikan dengan kebutuhan *mad'u*.³³ Kesesuaian pesan dakwah yang disampaikan dengan kebutuhan *mad'u* mengacu pada sejauh mana pesan dakwah yang disampaikan oleh pendakwah (*da'i*) sesuai dengan kebutuhan, pemahaman, dan konteks (*mad'u*). Hal ini menekankan pentingnya pendakwah (*da'i*) untuk memahami *mad'u* dengan baik agar pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan memiliki dampak positif sesuai dengan kebutuhan serta pemahaman *mad'u* tersebut. Pesan dakwah yang sesuai dengan kebutuhan *mad'u*, maka komunikasi dakwah dapat menjadi lebih efektif dan relevan bagi *mad'u* yang dituju.

³² Said Ulin Nuhaa et al., "Pengembangan Dakwah Moderasi Beragama Melalui Media Podcast Dan Media Sosial Berbasis Digital," *NAJWA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 2 (November 30, 2023): 77–90, <https://doi.org/10.30762/najwa.v1i2.217>.

³³ Asriyanti Rosmalina and Tia Khaerunnisa, "Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Dakwah pada Masa Pandemi," *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 12, no. 1 (July 12, 2021): 147–60, <https://doi.org/10.24235/orasi.v12i1.8205>.

Evaluasi terkait kesesuaian pesan dakwah yang disampaikan dengan kebutuhan *mad'u* merupakan proses yang penting untuk memastikan bahwa pesan yang diberikan relevan, tepat, dan bermanfaat bagi *mad'u*. Evaluasi ini membantu dalam menyesuaikan strategi dakwah agar lebih efektif. Sebagai pendakwah (*da'i*) dapat melakukan survei, wawancara, dan observasi terlebih dahulu terhadap kebutuhan *mad'u* yang ingin diberikan dakwah melalui perwakilan orang yang memiliki *power* atau pemimpin. Dengan begitu, pendakwah dapat menentukan materi atau pesan yang akan disampaikan dan menggunakan metode atau strategi yang tepat sehingga *mad'u* mudah memahami pesan komunikasi dakwah yang disampaikan dan bermanfaat bagi kehidupan.

Sebagai contoh, evaluasi kesesuaian pesan dakwah yang disampaikan dengan kebutuhan *mad'u* dapat diilustrasikan sebagai berikut: a) Konteksnya yaitu seorang pendakwah (*da'i*) yang menyampaikan komunikasi dakwah kepada remaja tentang pentingnya menjaga akhlak dan perilaku yang baik sesuai ajaran agama Islam. b) Kesesuaian Pesan Dakwah yaitu: *Pertama*, pendakwah (*da'i*) mengidentifikasi bahwa remaja saat ini menghadapi tekanan dari lingkungan sebaya dan media sosial yang memengaruhi perilaku mereka. *Kedua*, pesan dakwah disampaikan dengan mempertimbangkan masalah-masalah yang dihadapi remaja, seperti pergaulan negatif, penyalahgunaan media sosial, dan kurangnya pemahaman tentang ajaran agama Islam. *Ketiga*, pendakwah menyampaikan pesan dakwah dengan bahasa yang mudah dipahami oleh remaja, serta memberikan contoh konkret dan solutif praktis dalam menjaga akhlak dan perilaku yang baik. Dengan begitu, *da'i* dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan relevan, mudah dipahami, dan dapat memberikan manfaat serta inspirasi bagi *mad'u*.

3. Evaluasi Kualitas Pesan dan Komunikasi Dakwah yang Disampaikan

Kualitas pesan dan komunikasi dakwah yang disampaikan mengacu pada seberapa baik pesan komunikasi dakwah disusun, disampaikan, dan diterima oleh *mad'u*. Hal ini mencakup kejelasan, kebenaran, relevansi, kedalaman, serta kesesuaian pesan dakwah dengan nilai-nilai agama dan kebutuhan *mad'u*. Selain itu, kualitas komunikasi dakwah juga melibatkan kemampuan pendakwah (*da'i*) dalam menyampaikan pesan secara efektif, memberi motivasi, serta menciptakan interaksi yang positif dan berdampak positif dalam proses dakwah. Artinya seorang *da'i* harus memiliki kemampuan atau pemahaman yang mendalam terkait ajaran agama serta kemampuan untuk menyampaikan dakwah dengan baik, atau dengan kata lain *da'i* harus berkompeten dalam hal menyampaikan dakwah.³⁴ Dengan meningkatkan kualitas pesan dan komunikasi dakwah, pesan yang disampaikan dapat lebih efektif dan dapat mencapai tujuan dakwah dengan lebih baik.

³⁴ Rizqi Hanirwan and Muniruddin, "Strategi Pengembangan Kader Dai Melalui Program Forum Dai & Ustadz Muda (FODIUM) Sumatera Utara," *Kamaya: Jurnal Ilmu Agama* 6, no. 4 (September 23, 2023): 389–96, <https://doi.org/10.37329/kamaya.v6i4.2723>.

Evaluasi atau penilaian terkait kualitas pesan dan komunikasi dakwah yang disampaikan merupakan langkah untuk memastikan bahwa pesan dakwah tidak hanya sampai kepada *mad'u*, tetapi juga dipahami, diterima, dan mempengaruhi mereka secara positif. Artinya pendakwah (*da'i*) memastikan pesan komunikasi dakwah yang disampaikan dapat mengubah perilaku jamaah (*mad'u*) ke arah yang positif atau lebih baik. Berikut merupakan contoh evaluasi kualitas pesan dan komunikasi dakwah yang baik, yaitu: (a) Kualitas Pesan Dakwah: *Pertama*, kesesuaian dengan Ajaran Agama artinya pesan dakwah didasarkan pada prinsip agama yang bersumber dari Al-Quran dan hadis. *Kedua*, relevansi artinya pesan dakwah disesuaikan dengan konteks dan kebutuhan *mad'u* agar menjadi relevan dan bermanfaat. *Ketiga*, kekuatan argumentasi artinya pesan dakwah disusun dengan argumentasi yang kuat dan jelas untuk meyakinkan *mad'u*. *Keempat*, kreativitas artinya penggunaan metode dan media harus kreatif dalam menyampaikan pesan dakwah agar lebih menarik dan mudah dipahami. (b) Kualitas Komunikasi Dakwah: *Pertama*, kemampuan berbicara artinya pendakwah (*da'i*) memiliki kemampuan berbicara yang baik, jelas, dan lugas dalam menyampaikan pesan komunikasi dakwah. *Kedua*, empati artinya *da'i* mampu memahami dan merespons kebutuhan, masalah, dan pemikiran *mad'u* dengan empati. *Ketiga*, keterlibatan *mad'u* artinya menciptakan interaksi yang positif dengan *mad'u*, dan mengajak untuk berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi dakwah. *Keempat*, *feedback* artinya menerima dan merespons umpan balik dari *mad'u* untuk meningkatkan kualitas komunikasi dakwah.

4. Evaluasi Respons atau Feedback Mad'u

Menurut Fauzi dan Indah, *feedback* adalah respons yang muncul dari *mad'u* setelah mereka menerima atau mendengarkan pesan komunikasi dakwah yang disampaikan oleh *da'i*.³⁵ Evaluasi respons atau umpan balik (*feedback*) dari *mad'u* artinya adalah melakukan penilaian terhadap tanggapan, reaksi, atau *feedback* yang diberikan oleh *mad'u* terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Hal ini dilakukan untuk memahami sejauh mana pesan dakwah diterima, dipahami, dan relevan bagi *mad'u*. Dengan mengevaluasi respons atau umpan balik dari *mad'u*, pendakwah (*da'i*) dapat menilai efektivitas komunikasi dakwah, mengidentifikasi kebutuhan *mad'u*, serta memperbaiki pesan dakwah agar lebih sesuai dan berdampak positif terhadap *mad'u*.

Respons atau *feedback* dari *mad'u* akan membantu para *da'i* dalam: *Pertama*, memahami sejauh mana pesan dakwah telah diterima dan dipahami oleh *mad'u*. *Kedua*, mengetahui pesan dakwah yang disampaikan telah mencapai tujuan komunikasi dakwah atau belum. *Ketiga*, mendapatkan informasi bagaimana respons *mad'u* terhadap pesan dakwah yang disampaikan. *Keempat*, mengidentifikasi bagian

³⁵ Fikri Nurul Fauzi and Eka Octalia Indah, "Kontribusi Ilmu Komunikasi Pada Ilmu Dakwah," *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 5, no. 1 (July 27, 2021): 71–83, https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v5i1.2998.

pesan komunikasi dakwah yang perlu diperjelas dan disesuaikan dengan kebutuhan *mad'u*.

Contoh evaluasi respons atau *feedback* dari *mad'u* setelah penyampaian dakwah dapat dilakukan dengan cara seperti kuesioner, diskusi kecil, atau survei secara online. Kuesioner artinya pendakwah dapat menyiapkan kuesioner sederhana yang berisi pertanyaan tentang pemahaman *mad'u* terhadap pemahaman pesan komunikasi dakwah, apakah mereka merasa terinspirasi atau terdorong untuk berbuat baik setelah mendengarkan dakwah, dan apakah ceramah tersebut memberikan pemahaman yang lebih baik tentang ajaran agama. Kemudian, diskusi Kelompok Kecil artinya mengadakan sesi diskusi kelompok kecil setelah penyampaian pesan dakwah untuk mendengarkan langsung pendapat dan tanggapan *mad'u* terhadap dakwah yang disampaikan. Diskusi ini dapat membantu dalam memahami reaksi dan pemikiran peserta secara lebih mendalam. Selanjutnya, survei Online artinya mengirimkan survei online kepada *mad'u* setelah acara ceramah untuk meminta umpan balik mereka tentang kualitas acara, pemahaman materi, dan saran perbaikan untuk penyampaian komunikasi dakwah selanjutnya.

5. Evaluasi Keterlibatan Mad'u dalam Proses Dakwah

Keterlibatan *mad'u* dalam proses dakwah mengacu pada partisipasi aktif dan interaksi dua arah antara pendakwah dan audiens (*mad'u*) dalam proses penyampaian pesan dakwah. Artinya *mad'u* juga memiliki peran aktif dalam proses komunikasi dakwah.³⁶ Hal ini menekankan pentingnya melibatkan *mad'u* dalam dialog, diskusi, pertanyaan, atau kegiatan lain yang memungkinkan mereka berperan aktif dalam proses dakwah. Dengan melibatkan *mad'u*, proses dakwah akan terlihat lebih interaktif, relevan, dan memberikan kesempatan bagi *mad'u* untuk memahami, merespons, dan mengamalkan pesan komunikasi dakwah yang telah disampaikan oleh *da'i*.

Evaluasi keterlibatan *mad'u* dalam proses dakwah merupakan kegiatan untuk memastikan bahwa dakwah tidak hanya menjadi aktivitas satu arah, tetapi melibatkan partisipasi aktif dari *mad'u*. Keterlibatan *mad'u* meningkatkan efektivitas dakwah karena *mad'u* merasa lebih terlibat, termotivasi, dan memiliki pemahaman yang lebih mendalam. Evaluasi ini melibatkan penilaian seberapa banyak *mad'u* mengikuti kegiatan dakwah. Dalam hal ini menilai keaktifan, interaksi dalam proses dakwah, hubungan *da'i* dan *mad'u*, dan umpan balik atau respons dari *mad'u*.

Sebagai contoh evaluasi terkait keterlibatan *mad'u* dalam proses komunikasi dakwah, yaitu seperti diadakannya sesi tanya jawab, diskusi kelompok, kegiatan interaktif, dan konsultasi individu. Dengan begitu, pendakwah (*da'i*) dapat

³⁶ Lukman Al-Hakim, "Perspektif Masyarakat Digital Terhadap Dakwah Online Di Instagram Di Tengah Pandemi Covid-19," *Jurnal Studi Jurnalistik* 3, no. 2 (October 31, 2021): 40–58, <https://doi.org/10.15408/jsj.v3i2.22985>.

menciptakan hubungan yang lebih baik, erat, kuat, memperkuat pemahaman *mad'u*, dan meningkatkan dampak atau efek pesan komunikasi dakwah yang disampaikan.

6. Evaluasi Terhadap Media Komunikasi Dakwah yang Digunakan

Evaluasi terhadap media komunikasi dakwah yang digunakan merujuk pada proses penilaian dan analisis terhadap efektivitas, keberhasilan, dan dampak dari media komunikasi dakwah yang dipilih untuk menyampaikan pesan dakwah. Media komunikasi dakwah yang sering digunakan adalah YouTube, Twitter (X), Instagram, dan Tik Tok.³⁷ Media komunikasi dakwah yang digunakan juga harus sesuai dengan kebutuhan *mad'u*.³⁸ Evaluasi ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana media komunikasi yang digunakan berhasil menjangkau *mad'u*, mencapai tujuan dakwah, seberapa efektif dalam menyampaikan pesan, serta bagaimana respons *mad'u* terhadap media tersebut. Dengan demikian pendakwah (*da'i*) dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan media tersebut serta melakukan perbaikan untuk meningkatkan efektivitas dakwah mereka selanjutnya.

Sebagai contoh evaluasi terhadap media komunikasi dakwah yang digunakan yaitu seperti satu *da'i* menggunakan media sosial Youtube untuk menyampaikan dakwahnya. *Da'i* tersebut memanfaatkan fitur video panjang atau konten dengan durasi lebih lama, sehingga dapat menjelaskan tema-tema agama secara mendetail dan mendalam. Ia juga menggunakan *playlist* untuk mengorganisir tema pesan komunikasi dakwah, serta fitur *live streaming* untuk berinteraksi langsung dengan *mad'u*. Sedangkan *da'i* yang lainnya menggunakan media sosial Tik Tok, yang terkenal dengan video pendeknya. *Da'i* ini memanfaatkan format video pendek untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara singkat dan padat, serta menggunakan efek-efek kreatif untuk menarik perhatian pengguna. Meskipun konten di Tik Tok lebih cepat tersebar dan memiliki potensi untuk menjadi viral, setelah beberapa bulan ternyata media sosial Youtube lebih efektif dibandingkan media sosial Tik Tok dalam menyampaikan pesan-pesan atau informasi komunikasi dakwah. Hal ini karena Youtube memungkinkan *mad'u* untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai permasalahan agama, berkat durasi video yang lebih panjang dan struktur yang lebih terorganisir. Sementara Tik Tok, meskipun efektif dalam menarik perhatian dan menjangkau *mad'u* yang lebih luas, sering kali tidak memberikan ruang yang cukup untuk penjelasan yang mendalam, sehingga pesan dakwah yang disampaikan kurang mendetail dan mungkin tidak seefektif dalam memberikan pemahaman yang komprehensif kepada *mad'u* atau masyarakat.

³⁷ Taufik Rahman, "Komunikasi Dakwah Untuk Kaum Millenial Melalui Media Sosial," *At-Tadabbur : Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 10, no. 2 (December 25, 2020): 67–85.

³⁸ Siti Lutfi Latifah, Siti Aminah, and Gita Puspita, "Komunikasi Dakwah Persuasif Dengan Metode Story Telling," *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 2, no. 1 (April 5, 2022): 71–80, <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v2i1.1665>.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa menurut tafsir Ibnu Katsir dari QS. Al-Hasyr ayat 18-19 memberikan pemahaman tentang anjuran untuk selalu menilai atau mengevaluasi semua perbuatan atau perilaku yang telah dilakukan di masa lampau. Hal ini dikaitkan dengan evaluasi dalam komunikasi dakwah, maka dapat dipahami bahwa sebagai pendakwah (*da'i*) dituntut atau dianjurkan untuk menilai perkembangan atau perubahan jamaah (*mad'u*) setelah mengikuti dan menerima pesan-pesan komunikasi dakwah, efektif atau tidaknya materi, metode, dan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi dakwah. Urgensi dari evaluasi dalam komunikasi dakwah dirasakan oleh beberapa pihak yaitu *da'i*, *mad'u*, dan pelaksana kegiatan komunikasi dakwah. Terdapat beberapa aspek evaluasi dalam komunikasi dakwah yaitu evaluasi tujuan dakwah yang spesifik dan teratur, evaluasi kesesuaian pesan dakwah yang disampaikan dengan kebutuhan *mad'u*, evaluasi kualitas pesan dan komunikasi dakwah yang disampaikan, evaluasi respons atau *feedback* *mad'u*, evaluasi keterlibatan *mad'u* dalam proses dakwah, serta evaluasi terhadap media komunikasi dakwah yang digunakan. Dengan memperhatikan beberapa aspek, proses komunikasi dakwah dapat dilaksanakan dengan lebih baik. Maka, urgensi evaluasi bagi pelaku komunikasi dakwah sangat bermanfaat dan berguna untuk meraih atau mencapai tujuan akhir dari proses komunikasi dakwah.

Daftar Pustaka

- Adlini, Miza Nina, Anisya Hanifa Dinda, Sarah Yulinda, Octavia Chotimah, and Sauda Julia Merliyana. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 6, no. 1 (March 1, 2022): 974–80. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.
- Al-Hakim, Lukman. "Perspektif Masyarakat Digital Terhadap Dakwah Online Di Instagram Di Tengah Pandemi Covid-19." *Jurnal Studi Jurnalistik* 3, no. 2 (October 31, 2021): 40–58. <https://doi.org/10.15408/jsj.v3i2.22985>.
- Amatullah, Raihani Salma, Apri Wardana Ritonga, Pitriyani Pitriyani, Nabila Aulia Nursalma, and Desriliwa Ade Mela. "Konsep Pendidikan Islam Dalam Al-Qur'an: Studi Analisis Tafsir Ibnu Katsir." *Ulumul Qur'an: Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir* 3, no. 2 (October 31, 2023): 173–86.
- Anwar, Khoirul. "Urgensi Evaluasi Dalam Proses Pembelajaran." *Rausyan Fikr: Jurnal Pemikiran Dan Pencerahan* 17, no. 1 (March 15, 2021): 108–44. <https://doi.org/10.31000/rf.v17i1.4183>.
- Arofah, Eli Fitrotul. "Evaluasi Kurikulum Pendidikan." *Jurnal Tawadhu* 5, no. 2 (October 22, 2021): 218–29. <https://doi.org/10.52802/twd.v5i2.236>.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. 6th ed. Jakarta: Kencana, 2017.

- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. 4th ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019.
- Dalimunthe, Syah Ahmad Qudus. "Terminologi Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (February 13, 2023): 1415–20. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.5436>.
- Efendi, Erwan, Aviatri Fatimah, and Indah Mawati Sipahutar. "Peran Sistem Informasi Terhadap Pengembangan Dakwah Islam." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)* 5, no. 2 (April 9, 2023): 3230–38. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.13879>.
- Fauzi, Fikri Nurul, and Eka Octalia Indah. "Kontribusi Ilmu Komunikasi Pada Ilmu Dakwah." *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 5, no. 1 (July 27, 2021): 71–83. https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v5i1.2998.
- Fitria, Rini, and Rafinita Aditia. "Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0." *Dawuh: Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (March 3, 2020): 1–8.
- Ghoffar, M. Abdul. *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 8*. 2nd ed. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2003.
- Hanirwan, Rizqi, and Muniruddin. "Strategi Pengembangan Kader Dai Melalui Program Forum Dai & Ustadz Muda (FODIUM) Sumatera Utara." *Kamaya: Jurnal Ilmu Agama* 6, no. 4 (September 23, 2023): 389–96. <https://doi.org/10.37329/kamaya.v6i4.2723>.
- Kementerian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahan*. Jakarta: Departemen Agama, 2019. <https://lajnah.kemenag.go.id/unduh/quran-kemenag.html>.
- Kirkpatrick, Donald, and James Kirkpatrick. *Evaluating Training Programs: The Four Levels*. Berrett: Koehler Publishers, 2006.
- L, Idrus. "Evaluasi Dalam Proses Pembelajaran." *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 9, no. 2 (August 1, 2019): 920–35. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v9i2.427>.
- Latifah, Siti Lutfi, Siti Aminah, and Gita Puspita. "Komunikasi Dakwah Persuasif Dengan Metode Story Telling." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 2, no. 1 (April 5, 2022): 71–80. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v2i1.1665>.
- Marzuki, Ismail. "Urgensi Penilaian Portofolio Dalam Evaluasi Pembelajaran Di Era Society 5.0." *Tadarus Tarbawy: Jurnal Kajian Islam Dan Pendidikan* 5, no. 2 (December 27, 2023): 171–79. <https://doi.org/10.31000/jkip.v5i2.10073>.
- Mawarni, Widya Tri, Muhammad Alfiansyah, Fatimah Zahra Chaniago, and Farhan Azzacky. "Urgensi Evaluasi Pendidikan Dalam Proses Pembelajaran Menurut

- Tafsir Al-Misbah Q.S Al-Hasyr Ayat 18-19.” *Anthor: Education and Learning Journal* 2, no. 4 (June 20, 2023): 494–99. <https://doi.org/10.31004/anthor.v2i4.197>.
- Muamanah, Pujiati Yeni. “Penerapan Fungsi Manajemen Dakwah Di Panti Asuhan Darurrohman Di Desa Godong Grobogan.” Skripsi, IAIN Kudus, 2020. <http://repository.iainkudus.ac.id/3418/>.
- Muhyin, Nabila Fajriyanti, and Muhammad Ridwan Nasir. “Metode Penafsiran Ibnu Katsir dalam Tafsir Al-Qur’an Al-Adzim.” *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir* 8, no. 1 (June 26, 2023): 145–62. <https://doi.org/10.30868/at.v8i01.4482>.
- Munir, M, and Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. 2nd ed. Jakarta: Rahmat Semesta, 2009.
- Musholi. “Pengembangan Masyarakat Dan Manajemen Dakwah.” *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* 9, no. 2 (September 4, 2017): 487–521.
- Muttaqin, Zaenal. “Reinterpretasi Dakwah Islam Untuk Mengatasi Problem-Problem Kemanusiaan.” *Aqlam: Journal of Islam and Plurality* 5, no. 1 (March 15, 2023): 29–43. <https://doi.org/10.30984/ajip.v5i1.1132>.
- Nugroho, Adhitya Ridwan Budhi Prasetyo, and Umi Halwati. “Komunikasi Dakwah Islam Pada Masyarakat Milenial Di Era Globalisasi.” *ICODEV: Indonesian Community Development Journal* 4, no. 1 (June 30, 2023): 33–45. <https://doi.org/10.24090/icodev.v4i1.8547>.
- Nuhaa, Said Ulin, Nur Hamidah, Aini Duritul Nasikhah, Madinah Almunawaroh, and Akhmad Jazuli Afandi. “Pengembangan Dakwah Moderasi Beragama Melalui Media Podcast Dan Media Sosial Berbasis Digital.” *NAJWA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 2 (November 30, 2023): 77–90. <https://doi.org/10.30762/najwa.v1i2.217>.
- Nurdin, Ali, Muh Syahril Sidik Ibrahim, Najmy Hanifah, Bagus Abdillah Zulkarnain, Erwin, Indah Suriyanti, Mirza 'Isytiyaaqul Haq Al Hasany, et al. *Revolusi Dakwah*. 1st ed. Yogyakarta: Lambaga Ladang Kata, 2024.
- Pohan, Desi Damayani, and Ulfi Sayyidatul Fitria. “Jenis Jenis Komunikasi.” *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, July 27, 2021, 29–37.
- Prasongko, Wahyu Agung, and Siti Aisyah. “Media Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Kementerian Agama RI (Kemenag RI) Dan Ibnu Katsir.” *Ulumul Qur’an: Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur’an Dan Tafsir* 4, no. 1 (March 31, 2024): 105–24.
- Rahman, Taufik. “Komunikasi Dakwah Untuk Kaum Millenial Melalui Media Sosial.” *At-Tadabbur : Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 10, no. 2 (December 25, 2020): 67–85.

- Rosmalina, Asriyanti, and Tia Khaerunnisa. "Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Dakwah pada Masa Pandemi." *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 12, no. 1 (July 12, 2021): 147–60. <https://doi.org/10.24235/orasi.v12i1.8205>.
- Setianti, Yanti, Kokom Komariah, Evi Novianti, Aat Ruchiat, and Lukiati Komala. "Evaluasi Komunikasi dalam Kegiatan Kehumasan pada Mata Kuliah Audit Humas." *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi* 1, no. 01 (2017): 386–92. <https://doi.org/10.25008/pknk.v1i1.119>.
- Usiono, Rica Widiastuty, and Azwardi. "Evaluasi Peningkatan Mutu Sekolah Melalui Pengembangan Profesionalisme Guru." *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* 2, no. 3 (July 28, 2021): 55–65. <https://doi.org/10.51178/cjeress.v2i3.227>.
- Wulandari, Halwa Sri, and Ira Wahyudi. "Komunikasi Dakwah Dalam Kajian Rutin Mingguan Di Masjid Jami' Al-Barokah KP. Hujung Kulon." *Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 4, no. 1 (March 30, 2024): 25–34. <https://doi.org/10.29313/hikmah.v4i1.3335>.