



**LOPO KOPI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAKWAH DI
KABUPATEN PADANG LAWAS (STUDI KASUS
MASYARAKAT KECAMATAN BARUMUN TENGAH)**

TESIS

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Magister Sosial (M.Sos)
Dalam Bidang Komunikasi Dan Penyiaran Islam*

Oleh

YUNUS HUSEIN HARAHAHAP
NIM. 2350400012



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
T.A 2025**



**LOPO KOPI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAKWAH DI
KABUPATEN PADANG LAWAS (STUDI KASUS
MASYARAKAT KECAMATAN BARUMUN TENGAH**

TESIS


*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Magister Sosial (M.Sos)
Dalam Bidang Komunikasi Dan Penyiaran Islam*

Oleh:

YUNUS HUSEIN HARAHAP
NIM. 2350400012



Pembimbing I


Dr. Sholeh Fikri, M. Ag
NIP. 196606062002121003

Pembimbing II


Dr. Pahri Siregar, M. Pd.I
NIP. 198808272015031003

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
T.A 2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : Lopo Kopi sebagai Media Komunikasi Dakwah di
Kabupaten Padang Lawas (Studi Kasus Masyarakat
Kecamatan Barumun Tengah)

Yang disusun oleh

Nama : Yunus Husein Harahap
NIM : 2350400012
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam




Dinyatakan bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan ke Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan untuk selanjutnya dapat dipresentasikan dalam sidang Munaqasyah.

Padangsidimpuan, Januari 2026

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II


Dr. Sholeh Fikri, M.Ag
NIP. 196606062002121003


Dr. Pahri Siregar, M.Pd.I
NIP. 198808272015031003

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yunus Husein Harahap

NIM : 2350400012

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya tesis yang berjudul: Persepsi Masyarakat Terhadap Profesi Wartawan Perempuan di Kota Padangsidempuan, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Data Base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Padangsidempuan, Januari 2026
Yang Menyatakan,



Yunus Husein Harahap
NIM. 2350400004

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN TESIS SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yunus Husein Harahap

NIM : 2350400012

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Tesis : Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi dakwah di Kabupaten Padang Lawas (studi kasus masyarakat kecamatan Barumun Tengah

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun tesis sendiri tanpa ada bantuan yang tidak sah dari pihak lain. Sepanjang pengetahuan saya ini merupakan hasil karya ilmiah yang telah lazim, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang diarahkan oleh tim pembimbing.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan yang tidak benar dalam pernyataan ini. Maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang kode etik mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Januari 2026

Yang Menyatakan,



Yunus Husein Harahap
NIM. 2350400012



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang Kota Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website: <http://pasca.uinsyahada.ac.id>

BERITA ACARA MUNAQASYAH TESIS

Tim Penguji Munaqasyah Tesis Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, setelah memperhatikan hasil Munaqasyah Tesis:

Nama : Yunus Husein Harahap
NIM : 2350400012
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : **Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah
Di Kabupaten Padang Lawas (Studi Kasus
Masyarakat Kecamatan Barumun Tengah)**

Menyatakan bahwa Munaqasyah Tesis dimaksud


- Diterima
 Diterima dengan Perbaikan (Revisi)
 Ditolak


dengan Nilai: (82,5 (A))


Demikian Berita Acara Munaqasyah Tesis ini dibuat dengan sebenarnya.

Padangsidempuan, 18 Desember 2025

Panitia Ujian:

Ketua/Penguji Umum : Dr. Icol Dianto, M.Kom.I. ()

Sekretaris/Penguji Metodologi : Dr. Pahri Siregar, M.Pd.I. ()

Penguji Isi dan Bahasa : Dr. Sholeh Fikri, M.Ag. ()

Penguji Utama : Dr. Mohd. Rafiq, S.Ag., M.A. ()

* Ceklis (✓) yang dipilih





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: 09 /Un.28/AL/PP.00.9/01/2026

Judul Skripsi : Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi dakwah di
Kabupaten Padang Lawas (studi kasus masyarakat
kecamatan Barumun Tengah
Nama : Yunus Husein Harahap
NIM : 2350400012
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Magister Sosial (M.Sos)
Dalam Bidang Komunikasi Penyiaran Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Padangsidimpuan, 08 Januari 2026
Direktur Pascasarjana,



Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL
NIP. 196807042000031003

ABSTRAK

Nama : Yunus Husein Harahap
Nim : 2350400012
Judul : Lopo Kopi sebagai Media Komunikasi Dakwah di Kabupaten Padang Lawas (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Barumun Tengah)
Tahun : 2025

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena budaya *marlopo*, yaitu kebiasaan masyarakat berkumpul di lopo kopi untuk berbincang, saling bertukar informasi, dan memperkuat relasi sosial. Aktivitas yang berlangsung secara rutin pada pagi dan sore hari tersebut tidak sekadar menjadi rutinitas keseharian, melainkan telah berkembang menjadi ruang interaksi sosial yang dinamis. Di dalamnya, nilai-nilai moral dan pesan keagamaan disampaikan secara alami melalui percakapan santai tanpa ikatan formal. Fenomena ini memperlihatkan bahwa dakwah Islam tidak harus selalu dilakukan dalam forum resmi seperti masjid atau majelis taklim, tetapi dapat tumbuh dari interaksi sosial masyarakat sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa lopo kopi di Kecamatan Barumun Tengah, seperti Lopo Kopi Manombo Raya, Lopo Kopi Binanga Jaya, dan Lopo Kopi Saroha Siboris, beroperasi sejak pukul 06.00 hingga 22.00 WIB dengan jumlah pengunjung rata-rata 35–60 orang per hari. Lopo kopi tersebut berfungsi tidak hanya sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga sebagai pusat diskusi warga mengenai persoalan pertanian, ekonomi, isu sosial, hingga pembahasan keagamaan, khususnya pada malam Kamis saat pengajian rutin dilaksanakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis budaya *marlopo*, cara ustadz memanfaatkan lopo kopi sebagai sarana dakwah, serta jenis pesan dakwah yang dibahas dalam interaksi tersebut. Penelitian ini menggunakan teori ruang publik Jürgen Habermas dan teori interaksi simbolik George Herbert Mead untuk memahami lopo kopi sebagai ruang komunikasi egaliter berbasis budaya lokal. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan fenomenologi, melibatkan 20 informan yang terdiri dari da'i dan mad'u. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dakwah di lopo kopi berlangsung secara akrab, setara, dan partisipatif. Pesan dakwah disampaikan melalui dialog sehari-hari yang menekankan penguatan akidah, pembinaan akhlak, dan kepedulian sosial, sehingga menjadikan lopo kopi sebagai ruang publik religius yang efektif dalam memperkuat iman dan kohesi sosial masyarakat Barumun Tengah.

Kata kunci: *Lopo Kopi, Komunikasi Dakwah, Budaya Lokal.*

ABSTRACT

Name : **Yunus Husein Harahap**
Student ID : **2350400012**
Title : **Lopo Kopi as a Medium of Da'wah Communication in Padang Lawas Regency (A Case Study of the Community in Barumun Tengah District)**
Year : **2025**

This research is motivated by the cultural phenomenon of marlopo, a community habit of gathering at coffee shops to chat, exchange information, and strengthen social relations. This routine activity, which occurs regularly in the morning and afternoon, has not merely become a daily routine but has developed into a dynamic social interaction space. Within it, moral values and religious messages are conveyed naturally through casual conversations without formal ties. This phenomenon demonstrates that Islamic preaching does not always have to be carried out in formal forums such as mosques or religious study groups, but can grow from everyday social interactions. The results of the study indicate that several coffee shops in Barumun Tengah District, such as Lopo Kopi Manombo Raya, Lopo Kopi Binanga Jaya, and Lopo Kopi Saroha Siboris, operate from 6:00 a.m. to 10:00 p.m. WIB with an average number of visitors of 35–60 people per day. These coffee shops function not only as places to enjoy coffee but also as centers for community discussion on agricultural, economic, social issues, and religious topics, especially on Thursday nights when regular religious study sessions are held. This study aims to analyze the culture of marlopo, how ustadz utilize coffee lopo as a means of da'wah, and the types of da'wah messages discussed in these interactions. This study uses Jürgen Habermas's public sphere theory and George Herbert Mead's symbolic interaction theory to understand coffee lopo as an egalitarian communication space based on local culture. The method used is a descriptive qualitative approach with phenomenology, involving 20 informants consisting of da'i and mad'u. The results show that da'wah communication in coffee lopo takes place in an intimate, equal, and participatory manner. Da'wah messages are delivered through daily dialogue that emphasizes strengthening faith, moral development, and social concern, thus making coffee lopo an effective religious public space in strengthening faith and social cohesion in the Barumun Tengah community.

Keywords: Lopo Kopi, Da'wah Communication, Local Culture.

المُلخَص

الاسم	: يونس حسين هرهاب
رقم الطالب	: ٢٣٥٠٤٠٠٠١٢
العنوان	: المقاهي كوسيلة لنشر الدعوة الإسلامية في مقاطعة بادانغ لاواس (دراسة حالة لمجتمع مقاطعة بارومون تينغا)
السنة	: ٢٠٢٥

يستند هذا البحث إلى ظاهرة "المارلوبو" الثقافية، وهي عادة مجتمعية تتمثل في التجمع في المقاهي للردشة وتبادل المعلومات وتعزيز العلاقات الاجتماعية. لم يقتصر هذا النشاط الروتيني، الذي يُمارس بانتظام صباحًا ومساءً، على كونه مجرد عادة يومية، بل تطور إلى فضاء تفاعلي اجتماعي حيوي. ومن خلاله، تُنقل القيم الأخلاقية والرسائل الدينية بشكل طبيعي عبر أحاديث عفوية دون أي ارتباطات رسمية. تُظهر هذه الظاهرة أن الدعوة الإسلامية لا تقتصر دائمًا على المنتديات الرسمية كالمساجد أو حلقات الدراسة الدينية، بل يمكن أن تنشأ من التفاعلات الاجتماعية اليومية. تشير نتائج الدراسة إلى أن العديد من المقاهي في مقاطعة بارومون تينغا، مثل "لوبو كوبي مانومبو رايا" و"لوبو كوبي بينانغا جايا" و"لوبو كوبي ساروها سيبوريس"، تعمل من الساعة 6:00 صباحًا إلى 10:00 مساءً بتوقيت غرب إندونيسيا، ويبلغ متوسط عدد زوارها 35-60 شخصًا يوميًا. لا تقتصر وظيفة هذه المقاهي على كونها أماكن للاستمتاع بالقهوة فحسب، بل تُعدّ أيضًا مراكز للنقاش المجتمعي حول القضايا الزراعية والاقتصادية والاجتماعية والدينية، لا سيما في ليالي الخميس حيث تُعقد جلسات دراسية دينية منتظمة. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل ثقافة "المارلوبو" المقاهي الشعبية، وكيفية استخدام الأساتذة لهذه المقاهي كوسيلة للدعوة، وأنواع رسائل الدعوة التي تُناقش في هذه التفاعلات. تستخدم هذه الدراسة نظرية المجال العام ليورغن هابرماس ونظرية التفاعل الرمزي لجورج هربرت ميد لفهم "المارلوبو" كمساحة تواصل قائمة على المساواة ومتجذرة في الثقافة المحلية. المنهج المستخدم هو منهج وصفي نوعي مع الظواهرية، يشمل 20 مشاركًا من الدعوة والمرشدين الروحيين. تُظهر النتائج أن التواصل الدعوي في "المارلوبو" يتم بطريقة حميمة ومتساوية وتشاركية. تُنقل رسائل الدعوة من خلال حوار يومي يُركز على تعزيز الإيمان والتنمية الأخلاقية والاهتمام الاجتماعي، مما يجعل "المارلوبو" مساحة دينية عامة فعّالة في تعزيز الإيمان والتماسك الاجتماعي في مجتمع بارومون تينغا.

الكلمات المفتاحية: مقهى لوبو، التواصل الدعوي، الثقافة المحلية.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan melantunkan puji dan syukur ke hadirat Allah Swt, atas segala rahmat dan karunia-Nya, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul: “Lopo Kopi sebagai Media Komunikasi Dakwah di Kabupaten Padang Lawas (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Barumon Tengah)”. Tesis ini ditulis untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Sosial (M.Sos) di Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Shalawat serta salam semoga semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, mudah-mudahan kita mendapat syafaatnya dikemudian hari.

Penulis sepenuhnya sudah melakukan yang terbaik dalam penulisan tesis ini, dan merupakan karya tulis paling bestseller. Namun demikian penulis sangat bersyukur sekali karena banyak pihak dan unsur yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan tesis ini hingga tesis ini akhirnya rampung dan bisa disidangkan.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, juga memberikan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

beserta seluruh civitas akademik, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis pada forum seminar maupun diskusi umum.

2. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dan Dr. Hj. Zulhimma, M.Ag. Wakil Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan beserta seluruh civitas akademik yang telah memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis khususnya motivasi yang cukup tinggi yang mendorong penulis untuk mencapai gelar magister dan menyelesaikan penulisan ini.
3. Bapak Dr. Icol Dianto, M.Kom.I sebagai ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan arahan tentang penulisan tesis ini.
4. Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag. selaku Pembimbing I Tesis dan Bapak Dr. Pahri Siregar, M.Pd.I. selaku Pembimbing II Tesis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini, banyak pikiran dan waktu yang tercurahkan dalam menyelesaikan tesis ini, semoga Allah membalas kebaikannya.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta Staf Administrasi Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak membantu hingga terselesainya studi ini.
6. Ucapan terimakasih juga penulis ucapkan kepada teman-teman satu angkatan KPI Pascasarjana angkatan 2023 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidimpuan yaitu ibu dan kakak kakak baikku yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik berupa semangat bahkan saran dalam penulisan.

7. Serta kepada sahabat pala rekan sa angkatan pamasuk sude, Rekan kerja di MAN 2 Padang Lawas, Pengurus PCNU Padang Lawas dan Sahabat Kader Penggerak NU se Padang Lawas, sahabat Forum Silaturahmi NU Barumun Tengah Raya (FS NU Batara).
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya. Terima kasih atas bantuan dan jasanya semua, semoga Allah Swt senantiasa memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga kita semua digolongkan kepada orang-orang yang bertaqwa. *Amin yaarabal'alamin.*

Akhirnya semoga Allah Swt memberikan ganjaran kebaikan yang berlipat ganda kepada kita semua yang memberikan bantuan berupa moril maupun materil kepada penulis, hingga karya kecil ini dapat dibanggakan oleh kedua orang tua, Ayah tercinta Alm. H. Mhd. Tayamin Harahap Ibu : Hj. Tiaslan Siregar Mertua Paraduan Siregar dan Dasima Harahap Istri : Siti Anun Siregar, S.Pd kepda Anak –Anak tersayang Nailul Munaa Harahap dan Yusri Fahimatul Ulum masyarakat, khususnya pada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan .

Padangsidimpuan, Januari 2025
Penulis

Yunus Husein Harahap
NIM: 235040012

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf `Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	đad	đ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
و	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas

ي...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
و...و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua :

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/

diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN TESIS SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	
LEMBAR PERNYATAAN DIREKTUR PASCASARJANA	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Masalah	7
C. Batasan Istilah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
G. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Lopo Kopi Sebagai Sauran/ Media Komunikasi.....	11
B. Budaya <i>Marlopo</i> dalam Masyarakat Angkola	13
C. Media Komunikasi	15
1. Teori Ruang Publik	15
2. Teori Interaksi	17
D. Media Komunikasi Dakwah.....	26
E. Komunikasi Dakwah	39
F. Kajian/ Penelitian Terdahulu.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	58
B. Jenis Penelitian	59
C. Subjek Penelitian	61
D. Sumber Data	63
E. Teknik Pengumpulan Data	66
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	69
G. Teknik Analisis Data	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Temuan Umum.....	74
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
B. Temuan Khusus.....	84
C. Analisis Hasil Penelitian	123

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	131
B. Implikasi Hasil Penelitian	133
C. Saran.....	134

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian..... 48

Tabel 3.1 Narasumber 56



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam sebagai *Ad-Din* adalah sebuah sistem kehidupan atau *way of life*, yang memberikan acuan dan kerangka nilai-nilai hidup. Islam merupakan agama yang mengutamakan dakwah, yakni mendorong para pengikutnya untuk secara aktif terlibat dalam menyebarkan ajaran kebaikan dan mencegah kemungkaran. Kemajuan atau kemunduran umat Islam sangat bergantung pada seberapa aktif mereka dalam kegiatan dakwah ini.¹

Dakwah adalah hal yang fundamental dalam pengembangan agama Islam. Aktivitas dakwah yang progresif akan mendorong kemajuan agama. Keberadaan gerakan dakwah merupakan elemen yang tak terpisahkan dan selalu berhubungan dengan masyarakat tempat dakwah tersebut dilakukan. Oleh karena itu, secara teknis, dakwah selalu melibatkan masyarakat dan segala permasalahannya. Dengan demikian, masalah-masalah masyarakat juga menjadi bagian dari tantangan dakwah yang memerlukan penyesuaian seiring dengan perubahan sosial yang terus berlangsung.²

Ketika mendengar kata dakwah, yang umumnya terlintas di benak adalah kegiatan menyampaikan ajaran Islam secara lisan, seperti melalui ceramah di

¹ Hitami, Munzir. "Universalitas Nilai-Nilai Islam Mengungkap Makna al-Din." *Toleransi: Media Ilmiah Komunikasi Umat Beragama* 12.1 (2020): 29-47.

² Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung: Penerbit CV. Pustaka Setia, 2003), Cetakan Ke-01, h. 15.

majelis atau pidato di hadapan umum. Namun, pada kenyataannya, dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan metode yang beragam.

Pada dasarnya, dakwah adalah tugas utama para rasul, yang diutus untuk mengajak umat mereka agar percaya kepada Allah dan beribadah kepada-Nya sesuai dengan syari'at yang mereka bawa.³ Kemudian setelah Rosulullah Saw tiada maka berdakwah menjadi tanggung jawab setiap ummatnya, sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Imran/3:104

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

"Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan ummat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung". (Q. Surat Al-Imran :104).⁴

Ayat ini menegaskan pentingnya keberadaan kelompok dalam umat Islam yang secara konsisten mengajak manusia kepada kebaikan, memerintahkan yang makruf, dan mencegah yang mungkar. Menurut Tafsir Ibnu Katsir, tugas ini merupakan fondasi tegaknya agama dan masyarakat yang sehat.⁵ Al-Maraghi menjelaskan bahwa *ummah* merujuk pada sekelompok orang yang memiliki kemampuan dan komitmen menjaga moral publik.⁶ Quraish Shihab menambahkan bahwa keberuntungan hanya diraih oleh mereka yang aktif memperbaiki

³ Alwisral Imam Zaidallah, *Strategi Dakwah Dalam Membentuk Da'i dan Khatib Profesional*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2002) h. 9.

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : CV. Diponogoro, 2005) hlm. 50.

⁵ Ibnu Katsir, *Tafsir al-Qur'an al-'Azhim*, Juz 2 (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1999), hlm. 120.

⁶ Ahmad Mustafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, Jilid 3 (Mesir: Mustafa al-Babi al-Halabi, 1974), hlm. 45.

kehidupan sosial melalui dakwah. Ayat ini relevan dengan penelitian karena dakwah dapat berlangsung melalui interaksi sehari-hari seperti di lopo kopi.⁷

Makna ayat ini tentang kemajuan Islam sangat bergantung pada efektivitas dakwah yang dilakukan. Dahulu, dakwah hanya dilakukan secara tradisional, seperti ceramah dari mimbar ke mimbar di masjid, musolla, atau tabligh akbar di lapangan. Namun, dengan perkembangan masyarakat yang pesat dan beragam, metode tradisional tidak lagi efektif. Di perdesaan, dakwah sering ditemukan di masjid atau majlis taklim, yang dapat diselenggarakan di rumah, musolla, aula, dan tempat lainnya untuk pendidikan agama Islam. Ini sering disebut sebagai pengajian, yang bertujuan untuk mendorong masyarakat melakukan perubahan ke arah yang lebih baik sesuai dengan tuntunan agama Islam.

Berdasarkan pemahaman tentang dakwah yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti terdorong untuk menyelidiki fenomena yang terjadi di masyarakat Tapanuli Bagian Selatan (TABAGSEL), khususnya di Kecamatan Barumon Tengah, Kabupaten Padang Lawas. Di daerah tersebut, kebiasaan rutin *marlopo* sangat umum di kalangan masyarakat. *Marlopo* adalah tradisi berkumpul di warung kopi, yang merupakan bagian dari budaya turun-temurun yang masih lestari hingga kini. Aktivitas berkumpul di lopo kopi berfungsi sebagai pusat sosialisasi, komunikasi dakwah, dan hiburan. Di lopo kopi, orang-orang bisa membahas berbagai topik dan mendapatkan informasi terbaru. Selain itu, lopo

⁷ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, Vol. 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2005), hlm. 235.

kopi juga berperan sebagai tempat untuk bersantai dan melepas kepenatan dari rutinitas sehari-hari.⁸

Marlopo dalam masyarakat memiliki peran penting dalam membangun kesadaran sosial dan membentuk identitas kolektif, mencerminkan sifat dasar manusia sebagai makhluk sosial yang senantiasa berinteraksi, baik dengan sesama maupun dengan dirinya sendiri. Tradisi menikmati kopi dan berkumpul di lopo kopi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari rutinitas masyarakat pedesaan, dengan tujuan mempererat hubungan dan memperkuat solidaritas. Lopo kopi menjadi ruang pertemuan bagi warga untuk berbincang dan bertukar pikiran mengenai berbagai isu, mulai dari persoalan pribadi, sosial, keagamaan, hingga politik. Tak sekadar tempat bersantai, lopo kopi juga berfungsi sebagai pusat awal berbagai peristiwa penting dan sebagai arena sosial untuk pertukaran informasi serta penyampaian pesan dakwah.

Dalam konteks aktivitas *marlopo* sebagai media komunikasi dakwah, keberadaan masyarakat sebagai audiens atau publik tidak dapat dipisahkan dari dinamika komunikasi yang berlangsung. Teori publik, khususnya sebagaimana dikembangkan oleh Jurgen Habermas melalui konsep *ruang publik* (*public sphere*), menjadi kerangka penting untuk memahami bagaimana masyarakat secara kolektif membentuk wacana, menyampaikan pendapat, dan mendiskusikan nilai-nilai sosial maupun keagamaan dalam ruang informal seperti lopo kopi. *Marlopo* bukan sekadar pertemuan santai, tetapi juga berfungsi sebagai ruang

⁸ Fidagta Khoirina, *Ekspresi Keberagaman Komunitas Warung Kopi*, (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2009).hlm.44.

deliberatif di mana individu bebas mengekspresikan pandangan mereka dan merespons pesan dakwah secara terbuka. Dalam ruang ini, nilai-nilai Islam tidak hanya disampaikan secara satu arah, melainkan dinegosiasikan, diinterpretasikan, dan diinternalisasi melalui diskusi yang setara dan partisipatif.⁹ Oleh karena itu, teori publik memperkuat argumen bahwa praktik dakwah melalui marlopo memiliki dimensi sosial yang penting dalam membangun kesadaran kolektif dan menciptakan transformasi nilai keagamaan secara kultural dan dialogis.

Penelitian mengenai Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi dakwah di Kabupaten Padang Lawas (studi kasus masyarakat kecamatan Barumon Tengah) telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya salah satunya, Ansar meneliti tentang Model Komunikasi di Warung Kopi (WARKOP) Dg. Sija di Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa.¹⁰ Rachmad Hidayat meneliti tentang Strategi Dakwah Pada Usaha Kiedai 'Sietempat' di Kabupaten Mamuju Tengah.¹¹ Alfi Isya Mulyadi dkk meneliti tentang Analisis Strategi *Brand Image* Kedai Kopi “Moeng Kopi.”¹² Annisya dkk meneliti tentang Loyalitas Konsumen: Strategi Komunikasi Pemasaran Lokasa Coffe.¹³ Merda Della Sovira dkk meneliti tentang Analisis Visual Konten Instagram @kopijanjujiwa Edisi Kolaborasi Joox Sebagai Media

⁹ Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, terj. Thomas Burger (Cambridge: The MIT Press, 1991), hlm. 36–37.

¹⁰ Ansar, “Model Komunikasi Di Warung Kopi Dengan Sija Kecamatan Somba Opu Kabupaten Go,” 2016.hlm.30.

¹¹ Rachmad Hidayat "Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai 'Setempat' di Kabupaten Mamuju Tengah, 2023 hlm .5

¹² Alfi Isa Mulyadi and Saifuddin Zuhri, “Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi ‘MOENG KOPI’ Melalui Media Sosial Instagram,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (2020): 109–24, <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.hlm.109-124>.

¹³ Annisya Putri et al., “Loyalitas Konsumen: Strategi Komunikasi Pemasaran Lakosa Coffee” 6, no. 1 (2024): hlm.78–92.

Promosi.¹⁴ Nurlaila Hayati meneliti tentang Eksistensi Penggunaan WI-FI di Warung Kopi di Kota Banda Aceh.¹⁵ Grace Heidy Jane Amanda Wattimena meneliti tentang Strategi Komunikasi Terpadu Produk Kopi Kenangan.¹⁶ Mukhsinuddin dkk meneliti tentang Strategi Komunikasi Bisnis Warung Kopi Sebagai Metode Dakwah di Aceh.¹⁷ Dini Safitri meneliti tentang Santri, Kopi dan Aktivitas Moderasi di Media Sosial.¹⁸ Furqan dkk meneliti tentang Membumikan Komunikasi Islam Dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh.¹⁹

Dari pernyataan narasumber dan penelitian terdahulu, peneliti merasa terdorong untuk meneliti penelitian ini karena ini tentu menjadi daya tarik untuk menumbuhkan minat terhadap ajaran Islam dan pesan-pesannya. Namun, kecenderungan masyarakat terhadap dakwah bervariasi, tergantung pada budaya dan masalah yang mereka hadapi. Oleh karena itu, dakwah Islam perlu disesuaikan dan diadaptasi dengan kondisi masyarakat. Berdasarkan fenomena yang terjadi di Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas, peneliti terdorong untuk menyelidiki dan menganalisis komunikasi dakwah yang

¹⁴ Merda Della Sovira and Muhammad Rois Abidin, "Analisis Visual Konten Instagram @Kopijanjiwiwa Edisi Kolaborasi Joox Sebagai Media Promosi (Kajian Semiotika)," *Jurnal Barik* 2, no. 3 (2021): hlm.163–76, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/42316>.

¹⁵ Nurlaila Hayati, "Eksistensi Penggunaan Wi-Fi Di Warung Kopi Di Kota Banda Aceh," *Jurnal Al-Ijtima'iyah* 1, no. 1 (2015): hlm.64–72, <https://doi.org/10.22373/al-ijtima'iyah.v1i1.254>.

¹⁶ Grace Heidy et al., "Sketsa Bisnis" 11, no. 01 (2024): hlm.24–41.

¹⁷ Mukhsinuddin, Mukhsinuddin, Syarifah Rohana, and Amrizal Hamsa, "Strategi Komunikasi Bisnis Warung Kopi Sebagai Metode Dakwah," *Bidayah: Studi Ilmu-Ilmu Keislaman* 14, no. 2 (2023): hlm.189–211, <https://doi.org/10.47498/bidayah.v14i2.2256>.

¹⁸ Dini Safitri, "AL-BALAGH: Jurnal Komunikasi Islam Santri, Kopi Dan Aktivitas Moderasi Di Media Sosial" 7 (2023): hlm.28–46.

¹⁹ Furqan, Furqan, Abdullah Abdullah, and Muhammad Furqan. "Membumikan Komunikasi Islam dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh." *Jurnal Keislaman* 7.2 (2024): 381-395.

berlangsung di lopo kopi. Untuk itu, peneliti memilih tema penelitian ini dengan judul: **“Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi dakwah di Kabupaten Padang Lawas (studi kasus masyarakat kecamatan Barumun Tengah)”**

B. Fokus Masalah

Esensi dari dakwah adalah untuk menumbuhkan minat terhadap ajaran Islam dan pesan-pesannya. Namun, kecenderungan masyarakat terhadap dakwah bervariasi, tergantung pada budaya dan masalah yang mereka hadapi. Oleh karena itu, dakwah Islam perlu disesuaikan dan diadaptasi dengan kondisi masyarakat. Dakwah tidak lagi berjalan dengan efektif jika hanya dilakukan secara tradisional misalnya ceramah di majlis-majlis, pengajian ataupun pidato di masjid-mesjid.

Maka dari itu perlunya inovasi baru dalam menyampaikan dakwah. Para kiai, ustadz, dan alim ulama tidak boleh lagi hanya berfokus pada pendidikan formal yang tradisional, Namun, juga menyampaikan materi dakwah melalui pendidikan non-formal, sebagaimana telah diterapkan di Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas yang menggunakan *lopo kopi* sebagai media untuk menyampaikan dakwah.

C. Batasan Istilah

1. Lopo kopi merupakan warung kopi tradisional yang keberadaannya tersebar luas dan mudah ditemukan di berbagai wilayah Tabagsel, termasuk Kabupaten Padang Lawas, Padang Lawas Utara, Mandailing Natal, serta Kota Padangsidimpuan.

2. Media : media merupakan alat atau wadah maupun sarana yang dapat membantu dalam melakukan komunikasi dan menyalurkan informasi.²⁰ Dan dalam skripsi ini media yang peneliti maksud adalah wadah atau tempat untuk melakukan komunikasi dakwah.
3. Komunikasi Dakwah: Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lain yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist. Proses ini menggunakan simbol-simbol, baik secara verbal maupun nonverbal, dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain agar lebih baik sesuai dengan ajaran Islam. Penyampaian ini bisa dilakukan secara langsung, melalui percakapan lisan, atau secara tidak langsung, seperti melalui media.²¹

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana budaya *marlopo* di Kecamatan Barumon Tengah Kabupaten Padang Lawas?
2. Bagaimana ustadz memanfaatkan lopo kopi sebagai sarana dakwah bagi masyarakat Kecamatan Barumon Tengah Kabupaten Padang Lawas?
3. Apa saja pesan-pesan dakwah yang biasa dibahas di lopo kopi antara ustadz dan masyarakat di Kecamatan Barumon Tengah Kabupaten Padang Lawas?

²⁰ Azhar Rasyad, *Media Pembelajaran*, cet. 14. (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2011), hal

²¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 26.

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis budaya *marlopo* di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.
2. Untuk menganalisis ustadz memanfaatkan budaya lopo kopi sebagai sarana dakwah bagi masyarakat Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.
3. Untuk menganalisis saja pesan pesan dakwah yang biasa di bahas di lopo kopi antara ustadz dan masyarakat di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Untuk mengembangkan teori-teori dakwah berbasis budaya.
 - b. Untuk memperluas referensi yang berkaitan dengan dakwah cultural.
 - c. Menjadi referensi bagi peneliti yang berkontrasi pada dakwah budaya lokal terutama budaya marlopo kopi di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.
2. Secara Praktis
 - a. Hasil penelitian ini melahirkan dokumen yang dapat di jadikan sebagai pedoman untuk menyemarakkan kengiatan dakwah bagi pemerintah dan stakeholder.
 - b. Sebagai masukan dan saran bagi para Da'I untuk mengefektifkan aktifitas dakwah mereka di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

G. Sistematika Pembahasan

Penulisan karya ilmiah ini disusun secara sistematis dan mengikuti kaidah penelitian yang disarankan, adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

Bab I mencakup latar belakang, fokus penelitian, definisi istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II mencakup tinjauan pustaka yang meliputi penjelasan mengenai lopo kopi, teori komunikasi dan dakwah, metode dakwah, strategi dakwah, serta penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Bab III membahas metodologi penelitian, yang mencakup jenis dan metode penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik untuk memastikan keabsahan data, pengolahan, dan analisis data.

Bab IV berisi hasil penelitian, yang mencakup temuan umum dan khusus, analisis hasil penelitian, serta keterbatasan penelitian.

Bab V adalah penutup yang memuat kesimpulan dari keseluruhan isi skripsi sesuai dengan rumusan masalah dan saran berdasarkan hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Lopo Kopi Sebagai Saluran/ Media Informasi

Dalam bahasa suku Batak Angkola, warung kopi disebut Lopo kopi. Lopo kopi adalah warung kopi tradisional yang berfungsi sebagai tempat interaksi sosial antara penjual dan pengunjung. Selain itu, interaksi juga berlangsung antara sesama pengunjung di Lopo kopi. Lopo kopi atau warung kopi adalah tempat yang menyajikan kopi serta berbagai jenis minuman lainnya. Selain itu, Lopo kopi atau warung kopi juga menawarkan berbagai jenis makanan dan fasilitas yang mendukung hiburan serta kebutuhan pengunjung.²²

Lopo kopi juga berfungsi sebagai tempat berkumpul bagi orang-orang yang ingin bersantai atau berdiskusi. Biasanya, warung kopi lebih identik dengan kalangan paruh baya karena pelanggan yang sering datang umumnya adalah orang-orang dalam kelompok usia tersebut. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, warung kopi kini tidak hanya diminati oleh kalangan tertentu, melainkan telah menarik berbagai kelompok usia, mulai dari orang tua, remaja, hingga anak-anak yang sering mengunjungi tempat tersebut.²³

Warung kopi adalah sebuah tempat yang tidak perlu berukuran besar tetapi menawarkan berbagai fasilitas, termasuk kopi dan berbagai minuman lainnya

²² Rini Hesti Nasution & Bakhrul Khair Amal, *Dampak Lopo Kopi terhadap Peran Kepala Keluarga (Perspektif Robert King Merton di Desa Mandasip Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara)*, Jurnal Antropologi Sumatera, Vol. 20 no.1 Tahun 2022, hlm. 08

²³ Rini Hesti Nasution & Bakhrul Khair Amal, *Dampak Lopo Kopi terhadap Peran Kepala Keluarga (Perspektif Robert King Merton di Desa Mandasip Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara)*, Jurnal Antropologi Sumatera, Vol. 20 no.1 Tahun 2022, hlm. 08

seperti teh dan cokelat, serta makanan ringan yang disediakan sebagai pendamping untuk menikmati kopi.²⁴

Lopo kopi atau kedai kopi adalah tempat yang menyajikan berbagai olahan kopi serta kudapan kecil. Selain menyediakan makanan ringan, tempat ini juga menawarkan hidangan berat dan bisa dikategorikan sebagai restoran atau rumah makan di mana pengunjung dapat membeli minuman dan makanan.²⁵ Dalam tulisannya, Ayu Pramita menjelaskan bahwa kedai kopi adalah tempat di mana orang-orang berkumpul untuk bersantai atau melakukan aktivitas ringan lainnya, seperti berdiskusi, berbincang-bincang, membaca media cetak, online, atau buku, menyelesaikan tugas, serta menikmati hiburan yang tersedia.²⁶

Dari berbagai pendapat yang ada, dapat disimpulkan bahwa lopo kopi adalah tempat yang menyediakan dan menjual minuman yang terbuat dari biji kopi untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Atau bisa juga disebut sebagai bangunan yang berfungsi sebagai tempat menjual makanan dan minuman. Kedai kopi ada untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan menawarkan minuman berbasis kopi serta makanan ringan. Selain itu, kedai kopi juga didorong oleh faktor-faktor lain seperti budaya masyarakat yang menyukai kopi dan menjadikannya sebagai salah satu lokasi untuk berinteraksi dengan orang lain.

²⁴ Ardietya Kurniawan, Muh Rosyid Ridlo, *Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi*, (Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, 2017), diakses pada <https://jurnal.uns.ac.id/dilema/article/download/11232/pdf>. Tanggal 20 Juni 2024 jam 14.17 wib.

²⁵ Nurlima Maharani, *Konsumsi Ruang Cafe*, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2016). Diakses Pada <http://etd.repository.ugm.ac.id/>. Pada tanggal 20 Juni 2024 jam 14.50 wib.

²⁶ Ayu Pramita, Indah Sri Pinasti, *Nongkrong Di Warung Kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Di Mato Kopi Yogyakarta*, (Jogjakarta: Fakultas Ilmu Sosial, 2008), Diakses Pada <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/sociates/article/view/4018>. Pada 21 juni 2024, jam 16.09 wib.

B. Budaya *Marlopo* Dalam Masyarakat Batak Angkola

Dalam kehidupan sosial masyarakat, aktivitas berkumpul dan berdiskusi merupakan bagian integral dari dinamika kebudayaan dan interaksi antarindividu. Secara umum, *marlopo* dapat diartikan sebagai kegiatan berkumpul dan berbincang-bincang di suatu tempat yang disebut *lopo*, yaitu warung kopi tradisional yang sering dijumpai di kawasan Tabagsel (Tapanuli Bagian Selatan), termasuk di Kabupaten Padang Lawas. Kata *marlopo* berasal dari bahasa Batak Angkola dengan awalan “mar-” yang menyatakan bentuk aktif, dan “lopo” yang merujuk pada tempat berkumpul.²⁷ Dengan demikian, *marlopo* adalah suatu kegiatan sosial di mana masyarakat berkumpul, menikmati kopi, bertukar cerita, dan mendiskusikan berbagai isu yang berkaitan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Meskipun tampak sederhana, *marlopo* memuat makna sosial yang kompleks karena mencerminkan karakter masyarakat yang dialogis, komunal, dan memiliki kepekaan sosial tinggi terhadap lingkungan sekitar

Pengertian kegiatan berkumpul dalam kajian ilmu sosial telah dibahas oleh beberapa ahli. Emile Durkheim, seorang sosiolog klasik, menyatakan bahwa masyarakat terbentuk dan dipertahankan melalui kesadaran kolektif, yang muncul dalam kegiatan bersama seperti ritual, diskusi, dan kebiasaan sosial. Dalam hal ini, *marlopo* dapat dilihat sebagai ruang di mana kesadaran kolektif itu terbentuk dan diperkuat melalui komunikasi yang informal namun bermakna. Sementara itu, Jurgen Habermas, dalam teorinya tentang ruang publik (*public sphere*), menekankan pentingnya ruang-ruang komunikasi bebas di mana warga dapat

²⁷ Harahap, S. *Tradisi Marlopo Sebagai Media Komunikasi Sosial Masyarakat Tapanuli Bagian Selatan*. Jurnal Komunikasi dan Masyarakat, Vol. 5, (2021), hlm.123–136.

berdiskusi secara rasional mengenai kepentingan bersama. *Lopo* sebagai tempat *marlopo* sangat relevan dengan konsep tersebut, karena ia menjadi wadah masyarakat dalam menyuarkan pendapat, menyampaikan aspirasi, bahkan memecahkan persoalan tanpa keterikatan pada struktur formal. Oleh karena itu, secara teoritis, *marlopo* bukan sekadar kebiasaan, tetapi sebuah bentuk partisipasi sosial yang memperkuat kohesi masyarakat dari bawah.²⁸

Dalam konteks lokal di Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas, *marlopo* telah menjadi bagian dari identitas sosial masyarakat. Di desa-desa seperti Binanga, Pasar Binanga, Janji Manahan, aktivitas ini berlangsung hampir setiap hari, terutama di pagi dan sore hari. Masyarakat dari berbagai latar belakang petani, pedagang, tokoh agama, hingga pemuda berkumpul di *lopo* untuk saling bertukar cerita, menyampaikan keluhan kesah, hingga merumuskan solusi terhadap persoalan yang sedang dihadapi komunitas. *Marlopo* menjadi ruang informal yang menjembatani berbagai perbedaan sosial, karena setiap orang diberi kesempatan yang sama untuk bersuara. Tidak jarang, hasil dari *marlopo* menghasilkan keputusan kolektif yang kemudian diimplementasikan secara nyata dalam kehidupan masyarakat, seperti gotong royong, pengumpulan dana sosial, atau upaya menyelesaikan konflik internal.²⁹

Marlopo di Barumun Tengah juga berfungsi sebagai wadah pewarisan nilai-nilai budaya dan agama. Di tengah arus modernisasi yang mengikis tradisi lisan, *marlopo* tetap menjadi ruang di mana nilai-nilai lokal seperti saling

²⁸ Nasution, M. T. *Lopo Kopi dan Wacana Sosial: Studi Etnografi Komunikasi di Kabupaten Padang Lawas*. Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 3(1) (2020), hlm.45–60.

²⁹ Lubis, R. A. *Fungsi Sosial Warung Kopi Tradisional dalam Interaksi Komunitas Lokal*. Jurnal Ilmu Sosial Budaya, Vol. 6(3) (2019), hlm.78–89.

menghormati, musyawarah, dan kearifan diwariskan kepada generasi muda. Dalam beberapa kesempatan, diskusi keagamaan pun berlangsung di *lopo*, menunjukkan bahwa tempat ini bukan hanya sarana rekreasi sosial, tetapi juga ruang pembelajaran informal yang bernuansa spiritual. Oleh sebab itu, pelestarian tradisi *marlopo* tidak hanya penting untuk mempertahankan identitas lokal, tetapi juga sebagai benteng budaya dalam menghadapi perubahan zaman yang semakin cepat dan homogen.

Marlopo tidak dapat dipandang sebagai aktivitas remeh atau sekadar kebiasaan minum kopi semata. Ia merupakan ekspresi nyata dari kehidupan sosial yang kaya akan nilai, mengandung dimensi komunikasi, budaya, dan spiritualitas. Di Kabupaten Padang Lawas, khususnya Kecamatan Barumun Tengah, *marlopo* terus hidup sebagai warisan budaya yang dinamis, sekaligus simbol ketahanan sosial masyarakat dalam menjaga harmoni dan solidaritas di tengah perubahan sosial yang kompleks. Maka, penting bagi akademisi, pemerintah daerah, dan masyarakat luas untuk memahami, menghargai, dan mendukung keberlangsungan tradisi *marlopo* sebagai aset budaya yang layak dilestarikan dan dikembangkan.

C. Media Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah istilah yang berasal dari bahasa Inggris, yaitu "*communication*," yang berarti hubungan komunikasi, informasi, dan pengumuman.³⁰ Harold D. Laswell mendefinisikan komunikasi, seperti yang dikutip oleh Ahmad Sultra Rustan dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu

³⁰ Jhon M.Echolsa dan Hassana Shadily, Kamus Inggris-Indonesia (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 164.

Komunikasi. Definisi tersebut menjelaskan bahwa komunikasi melibatkan 'siapa yang menyampaikan pesan, apa yang disampaikan, kepada siapa, melalui saluran apa, dan dengan dampak apa.'³¹

Onong Uchjana Effendy mendefinisikan komunikasi secara umum sebagai proses penyampaian informasi, pesan, gagasan, atau ide dari komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan) melalui media tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam berbagai konteks.³² Pada dasarnya, pengertian komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan atau penerima pesan melalui media tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan atau efek yang diharapkan.

Menurut Ahmad Sultra Rustan, komunikasi berarti menciptakan kesamaan dalam pemahaman. Jika tidak ada perbedaan pengertian antara komunikator dan komunikan, maka keadaan tersebut disebut sebagai "in tune."³³ Persamaan pengertian bertujuan untuk mengubah perilaku. Menurut Everett M. Rogers, seperti yang dikutip oleh Hafied Cangara dalam bukunya *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, komunikasi adalah proses di mana sebuah ide disampaikan dari sumber kepada satu atau lebih penerima dengan tujuan untuk mengubah perilaku mereka.³⁴

³¹ Ahmad sultraa Rustan dan Nurhakkia Hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta:Deepublish,2017), hlm.28.

³² Ononga Uchjanaa Effendy, *Ilmu Komunikaia Teori dan Praktek*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2001),hlm.10.

³³ Ahmada sultra Rustana dan Nurhakkia Hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta:Deepublish,2017), hlm.28.

³⁴ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm.33.

Dalam upaya untuk mengubah dan menciptakan persamaan, Shannon menyatakan bahwa komunikasi mencakup berbagai aspek, seperti tulisan, pidato lisan, musik, seni gambar, teater, dan balet, yang semuanya dapat mempengaruhi pikiran orang lain.³⁵ Dengan kata lain, komunikasi adalah seluruh bentuk aktivitas dari komunikator yang bertujuan untuk menyampaikan pesan sehingga dapat menciptakan persamaan makna dan pengertian. Hal ini memungkinkan pesan diterima dengan baik oleh penerima, serta dapat mempengaruhi pikiran, perilaku, dan perasaan komunikan.

b. Landasan Teori Komunikasi yang Relevan

Dalam memahami praktik marlopo sebagai media komunikasi dakwah, diperlukan kerangka teoritis yang mampu menjelaskan bagaimana interaksi sosial, pembentukan opini, dan pemenuhan kebutuhan komunikasi terjadi di ruang-ruang informal seperti lopo kopi.

a) Teori Ruang Publik

Teori ruang publik yang dikembangkan oleh Jürgen Habermas menjadi kerangka konseptual yang sangat relevan untuk menganalisis marlopo sebagai media komunikasi dakwah berbasis komunitas. Dalam pandangan Habermas, ruang publik merupakan arena sosial di mana warga negara dapat berdiskusi secara rasional dan terbuka mengenai isu-isu bersama tanpa dominasi otoritas negara atau pasar. Konsep ini dapat diaplikasikan dalam konteks lokal seperti marlopo, yakni kegiatan diskusi santai masyarakat di lopo kopi yang sering diwarnai oleh penyampaian nilai-nilai keagamaan secara informal. Marlopo bukan

³⁵ Ahmada sultra Rustana dan Nurhakki Hakki, Pengantar Ilmu Komunikasi(2020),hlm.29

hanya tempat berkumpul, tetapi menjadi semacam ruang deliberatif di mana pesan-pesan Islam disampaikan, dipertukarkan, dan diinternalisasi dalam dialog yang partisipatif. Aktivitas ini mencerminkan ruang publik yang hidup, di mana warga masyarakat berperan aktif dalam membentuk opini publik dan menyaring nilai-nilai keagamaan secara kolektif.³⁶

Dalam konteks penelitian ini, teori ruang publik menempatkan lopo kopi bukan sekadar sebagai ruang fisik, melainkan sebagai arena komunikasi yang sarat makna sosial dan religius. Di dalamnya terdapat proses penguatan identitas kolektif, penyebaran informasi keagamaan, dan pembentukan konsensus moral melalui komunikasi tatap muka yang spontan dan cair. Komunikasi dakwah yang berlangsung dalam marlopo tidak bersifat satu arah seperti dalam mimbar-mimbar formal, tetapi bersifat horizontal dan dialogis, di mana masyarakat bisa bertanya, merespons, bahkan mengkritisi pesan yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa ruang publik berbasis komunitas memiliki peran penting dalam mendukung dakwah kultural yang lebih inklusif dan membumi. Dengan demikian, penggunaan teori ruang publik dalam penelitian ini mampu menjelaskan secara mendalam dinamika komunikasi dakwah yang terjadi dalam praktik marlopo sebagai bagian dari budaya lokal yang hidup dan terus berkembang di tengah masyarakat Padang Lawas.

b) Teori Interaksi Simbolik

Teori Interaksi Simbolik yang dipelopori oleh George Herbert Mead. Teori ini menekankan bahwa makna sosial dibentuk melalui interaksi antarindividu, dan

³⁶ Jurgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, terj. Thomas Burger (Cambridge: The MIT Press, 1991), hlm. 36–37.

symbol simbol yang digunakan dalam percakapan sehari-hari memiliki peran penting dalam membangun pemahaman bersama.³⁷ Marlopo sebagai aktivitas berkumpul dan berdiskusi bukan hanya menjadi ajang minum kopi, tetapi juga ruang di mana makna keagamaan dan nilai-nilai sosial dinegosiasikan dan diperkuat melalui komunikasi antarwarga. Dalam konteks ini, simbol-simbol keagamaan, seperti ungkapan dakwah atau nasihat moral, menjadi bagian penting dalam konstruksi makna yang terjadi di lopo kopi.

c. Fungsi Media Komunikasi

Menurut para ahli komunikasi, fungsi komunikasi dijelaskan secara berbeda oleh masing-masing pakar. Samovar, Porter, dan McDaniel menyebutkan empat fungsi utama komunikasi, yaitu: pertama, komunikasi memungkinkan kita untuk mengumpulkan informasi tentang orang lain; kedua, komunikasi membantu dalam memenuhi kebutuhan interpersonal; ketiga, komunikasi berperan dalam pembentukan identitas pribadi; dan keempat, komunikasi berfungsi untuk mempengaruhi orang lain.³⁸

Fungsi komunikasi diartikan sebagai kajian mengenai kegunaan atau peran dari suatu bentuk komunikasi.³⁹ Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi dan Praktek, terdapat empat fungsi komunikasi kepada komunikan, yaitu:

³⁷ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Theories of Human Communication*, Edisi ke-9 (Belmont: Wadsworth, 2009), hlm. 58–62.

³⁸ Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm.57.

³⁹ Ahmada sultra Rustan dan Nurhakki Hakki, *Pengantara Ilmu Komunikasi*, hlm.55.

- 1) Menyampaikan Informasi (*to inform*): Informasi yang disampaikan harus spesifik, aktual, dan mengandung pesan positif kepada komunikan.
- 2) Mendidik (*to educate*): Informasi yang diberikan harus berupa pengetahuan yang mendidik dan juga mengandung pesan positif untuk komunikan.
- 3) Menghibur (*to entertain*): Informasi yang bersifat hiburan dapat mengubah suasana hati dan membantu meredakan ketegangan emosional komunikan.
- 4) Mempengaruhi (*to influence*): Informasi yang disampaikan bertujuan untuk memotivasi dan mempengaruhi komunikan guna mencapai efek atau tujuan yang diinginkan.⁴⁰

Sementara itu, menurut Ahmad Sultra Rustan, terdapat empat fungsi pribadi komunikasi, yaitu:

- 1) Identitas Sosial: Komunikasi dapat mengungkapkan identitas pribadi saat berlangsung. Ini karena komunikasi melibatkan penggunaan tanda-tanda pribadi (*privat cues*), tanda-tanda publik (*public cues*), dan tanda-tanda budaya (*cultural cues*). Dengan demikian, komunikasi dapat memberikan informasi yang luas mengenai identitas seseorang, termasuk bukan hanya nama dan jenis kelamin, tetapi juga informasi

⁴⁰ Onong Uchjanaa Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2001), hlm.8.

tentang pendidikan, minat, dan berbagai aspek lain yang ditampilkan oleh individu yang berkomunikasi.

- 2) Integrasi Sosial: Fungsi komunikasi ini memungkinkan pembentukan hubungan dan asosiasi antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Hal ini mencakup identifikasi, persuasi, serta negosiasi antara individu.
- 3) Kognitif: Melalui komunikasi, individu dapat berbagi pengetahuan, pemahaman mengenai masalah, realitas, dan objek yang ada di sekitar mereka.
- 4) Jalan Keluar: Komunikasi berfungsi untuk membantu seseorang dalam menyelesaikan masalah (problem solving) ketika mengalami kesulitan dalam menemukan solusi. Penting untuk berkomunikasi dengan orang yang tepat secara selektif dan bersedia mengungkapkan diri dengan cara yang efektif.⁴¹

Melalui komunikasi, seseorang dapat menyampaikan dan bertukar informasi secara luas, termasuk informasi pribadi, serta berupaya untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi.

d. Tujuan Media Komunikasi

Menurut Gordon L. Zimmerman, et al, tujuan komunikasi dibagi menjadi dua kategori utama. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas penting dalam kehidupan, seperti memenuhi kebutuhan makan dan minum,

⁴¹ Ahmada sultra Rustan dan Nurhakki Hakki, Pengantara Ilmu Komunikasi, (Yogyakarta:Deepublish,2017), hlm.58-59.

memuaskan rasa ingin tahu tentang lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain.⁴²

Tujuan komunikasi adalah hasil yang dicapai dari upaya yang dilakukan dalam proses komunikasi. Untuk mencapai hasil yang diinginkan, penting untuk menetapkan tujuan komunikasi sejak awal. Penetapan tujuan ini harus direncanakan dan dirancang oleh komunikator untuk menentukan arah, tujuan, dan sasaran yang ingin dicapai dalam aktivitas komunikasi.⁴³

Hal ini sejalan dengan kutipan yang disampaikan oleh Rustan dan dicantumkan oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Dinamika Komunikasi*. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa komunikasi mencakup dua aspek: *how communication works (das sein)*, yaitu bagaimana komunikasi melaksanakan berbagai tugasnya, dan *how to communicate (das sollen)*, yaitu apa yang ingin dicapai melalui komunikasi, termasuk apakah terjadi perubahan dalam sikap (*attitude*), pandangan (*opinion*), perilaku (*behavior*), dan perubahan sosial (*social change*) pada komunikan.⁴⁴

e. Hambatan Media Komunikasi

Gangguan (*noise*) dapat menjadi hambatan dan merusak proses komunikasi. Menurut Dasrun Hidayat dalam bukunya *Komunikasi Antar Pribadi dan Mediana: Fakta Penelitian Fenomenologi Orang Tua, Karir, dan Anak Remaja*, gangguan-gangguan tersebut meliputi:

⁴² Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm.57-58.

⁴³ Ahmad sultra Rustana dan Nurhakki Hakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, hlm.59.

⁴⁴ Ahmad sultraa Rustan dan Nurhakki Hakki, *Pengantar Ilmua Komunikasi*, hlm.60-61.

- 1) Gangguan Semantik (semantic noise): Terkait dengan kesalahan pemahaman pesan komunikasi akibat penggunaan bahasa, kata-kata, atau simbol yang memiliki makna yang berbeda.
- 2) Hambatan Psikologis: Meliputi perbedaan dalam mentalitas, pikiran, perilaku, nilai-nilai, serta harapan antara komunikator dan komunikan.
- 3) Hambatan Fisik: Berkaitan dengan faktor tempat dan gangguan kesehatan yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi.
- 4) Hambatan Komunikasi: Dapat diminimalisir dengan lebih fokus pada perencanaan sebelum komunikasi dimulai.⁴⁵

Menurut Sigband dan Bel, hambatan komunikasi dapat dibagi menjadi dua kategori: hambatan verbal dan hambatan non-verbal. Hambatan non-verbal mencakup perbedaan persepsi, kepentingan, pengetahuan tentang topik yang dibahas, keterlibatan emosi, kurangnya introspeksi, kesalahan dalam menilai penampilan, ketidakjelasan pesan yang disampaikan, serta hanya mendengarkan pesan secara pasif.

Menurut Boove dan Thill, hambatan verbal dalam komunikasi disebabkan oleh kesalahan dalam pemilihan kata, keterbatasan kosakata, kesalahan dalam penulisan atau pengucapan, serta perbedaan tingkat pemahaman antara pengirim dan penerima pesan.⁴⁶

f. Pendukung Media Komunikasi

⁴⁵ Dasrun Hidayat, *Komunikasi Antar Pribadi dan Mediana Fakta Penelitian Fenomologi Orang Tua Karir dan Anak Remaja*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm.21.

⁴⁶ Eddy Sanusi Elitonga, *Strategi Komunikasi Dalam Bisnis*, Jakarta:Cipta Media Nusantara, 2009),hlm. 11-12.

Pendukung keberhasilan komunikasi berperan penting untuk memastikan komunikasi menjadi efektif. Menurut Margaretha Evi Yuliana, efektivitas komunikasi dibagi menjadi dua jenis: Pertama, efektivitas fungsional, yang dicapai ketika pesan diinterpretasikan dengan cara yang sama, sehingga tujuan komunikasi dapat tercapai. Kedua, efektivitas sosial, yaitu kesamaan dalam interpretasi sosial dalam masyarakat. Sebelum memulai proses komunikasi, komunikator harus memahami siapa dan bagaimana komunikan, agar komunikasi dapat berlangsung secara efektif dan mencapai tujuan yang diinginkan.⁴⁷

Efektifitas Komunikasi dimulai dengan lima kualitas utama yakni:

- 1) Keterbukaan (*Openness*): Kualitas komunikasi yang efektif dimulai dari komunikator yang terbuka kepada komunikan.
- 2) Empati (*Empathy*): Kemampuan komunikator untuk memahami keadaan, motivasi, pengalaman, perasaan, sikap, dan harapan komunikan untuk masa depan.
- 3) Sikap Mendukung (*Supportiveness*): Sikap mendukung yang ditunjukkan komunikator kepada komunikan sangat penting untuk komunikasi yang efektif. Tanpa sikap mendukung, keterbukaan dan empati tidak akan terwujud sepenuhnya.
- 4) Sikap Positif (*Positiveness*): Ada dua cara untuk menyampaikan sikap positif kepada komunikan, yaitu dengan secara langsung menyatakan

⁴⁷ Margaretha Evi Yuliana dan Indah Wahyu Utami, *Komunikasi Antar Individu*, (Yogyakarta: Suluh Media, 2018), hlm.55-56.

sikap positif dan mendorong komunikan untuk berinteraksi secara positif.

- 5) Kesetaraan (*Equality*): Suasana setara membuat komunikasi lebih efektif dengan memberikan pengakuan bahwa semua pihak yang terlibat sama-sama bernilai, berharga, dan memiliki kepentingan.

Sikap komunikator yang direncanakan dan diterapkan dengan baik dapat berfungsi sebagai penunjang atau pendukung untuk menjadikan komunikasi lebih efektif.

g. Efek Media Komunikasi

Efek yang muncul setelah proses komunikasi adalah dampak yang ditimbulkan oleh pesan komunikator pada diri komunikan. Terdapat tiga tingkat pengaruh komunikasi dalam diri komunikan: pertama, kognitif, yaitu kemampuan seseorang untuk memperoleh pengetahuan; kedua, afektif, yakni pembentukan sikap seseorang; dan ketiga, konatif, yang berkaitan dengan tindakan atau perilaku, yaitu bagaimana komunikasi mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu.⁴⁸

Hasil akhir dari komunikasi, apakah serasi atau tidak, tergantung pada apa yang diharapkan oleh komunikator. Jika perilaku komunikan sesuai dengan harapan, maka komunikasi dapat dianggap berhasil. Efek komunikasi adalah dampak yang terjadi setelah proses komunikasi berlangsung. Defluer mengategorikan efek komunikasi dalam perubahan sebagai berikut: pertama,

⁴⁸ Eddy Sanusi Elitonga, Strategi Komunikasi Dalam Bisnis, Jakarta:Cipta Media Nusantara, 2009) hlm.14- 20.

pengetahuan atau kognitif, yang berkaitan dengan aspek berpikir dan pengetahuan; kedua, perubahan sikap, yang mencakup perubahan dalam perasaan atau emosi; dan ketiga, perubahan tindakan, yaitu penguatan atau perubahan perilaku.⁴⁹

Dampak komunikasi diharapkan dapat mempengaruhi perubahan dalam pola pikir, perasaan, dan perilaku komunikasi sesuai dengan harapan komunikator.

D. Media Komunikasi Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Secara etimologi, dakwah berasal dari kata dasar da'â, yad'û, yang memiliki berbagai makna, termasuk "ajakan," "memanggil," "mengharap," dan "berdoa."⁵⁰ Dalam sumber lain, istilah da'a juga diartikan sebagai (إمالة الشيء إليك) (إمالة الشيء إليك), yang berarti "mengarahkan kesuatunya kepada Anda melalui suara dan kata-kata dari Anda."⁵¹

Kata da'a juga dapat berarti "menganjurkan" atau "menamai." Dalam konteks kematian, istilah ini merujuk pada An-Nadbu, yang berarti "berkabung" atau "meratapi." Jika da'a diikuti oleh huruf jar lam, maknanya adalah "mengharapkan kebaikan." Sebaliknya, jika diikuti oleh huruf jar 'alâ, maknanya

⁴⁹ Ahmad Sultraa Rustana dan Nurhakki Hakki, Pengantar Ilmu Komunikasi, hlm.61-62.

⁵⁰ Moh Ardani, "Memahami Permasalahan Fiqih Dakwah," (tt: Mitra Cahaya Utama, 2006) Hal. 7.

⁵¹ "Ibrahîm Al-Muthliq, "At-Tadarruj Fi Dakwah An-Nabi", (tt: Markaz Al-Buhûts Wa Ad-Dirâsât Al-Islâmiyyah, 1417 H.) Hal. 18."

adalah "mengharapkan keburukan." Sementara itu, jika diikuti oleh huruf jar ilayhi, maknanya adalah "mengajak kepada."⁵²

Kata dakwah telah diadopsi ke dalam Bahasa Indonesia, di mana menurut KBBI, istilah ini berarti "penyiaran" atau "propaganda," "penyiaran dan pengembangan agama di kalangan masyarakat," serta "seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama."⁵³ Menurut Syaikh Abdullah Ba'alawi, dakwah adalah proses mengajak, membimbing, dan memimpin orang-orang yang belum memahami atau tersesat dari jalan agama yang benar, untuk diarahkan menuju ketaatan kepada Allah. Dakwah juga melibatkan menyuruh mereka melakukan kebaikan dan melarang perbuatan buruk, dengan tujuan agar mereka meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁵⁴

Istilah dakwah muncul dalam berbagai bentuknya di dalam Al-Quran sebanyak 212 kali.⁵⁵ Istilah dakwah dalam pengertian mengajak ditemukan sebanyak 46 kali dalam Al-Quran. Dari jumlah tersebut, 39 kali merujuk pada ajakan menuju Islam dan kebaikan, sedangkan 7 kali menunjukkan ajakan menuju kejahatan atau neraka. Sisa penggunaan istilah ini menjelaskan makna dalam konteks yang berbeda.⁵⁶

⁵² Jubrân Mas'ûd, "Mu"jam Ar-Râid", (Beirut: Dâr Âl-'Ilmi Al-Malâ'yîn, 1992) Hal. 359.

⁵³ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, "KBBI", (Jakarta: Balai Pustaka, 1990) Hal. 181.

⁵⁴ Wahidin saputra, Pengantar Ilmu Dakwah (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2011). Hlm.33.

⁵⁵ Muhammad Fu'âd Al-Bâqî, "Al-Mu"jam Al-Mufahras Li Alfâzh Al-Quran," (Kairo: Dâr Al-Hadits, 2007) Hal. 316-320

⁵⁶ M. Munir & Wahyu Ilahi, "Manajemen Dakwah", (Jakarta: Kencana, 2009) Hal. 17

Dakwah, dalam pengertian istilah, merujuk pada upaya menyebarkan agama Islam kepada seluruh umat manusia.⁵⁷ Banyak ulama telah memberikan penjelasan mengenai makna terminologi dakwah, di antaranya adalah:

- 1) Dalam kitab *Ushûl Ad-Da'wah* yang disusun oleh tim *Manâhij Jâmi'ah Al-Madînah Al-'âlamiyah Malaysia*, dakwah diartikan sebagai ajakan kepada manusia untuk beriman kepada Allah Swt. dan menerima agama Islam. Kitab tersebut juga menyertakan dua pendapat tentang dakwah dari ulama, yaitu Imam At-Thabari dan Ibnu Taimiyah.
 - a) Imam At-Thabari (w. 310 H) mendefinisikan dakwah sebagai upaya untuk mengajak manusia kepada agama Islam melalui ucapan dan tindakan.
 - b) Ibnu Taimiyah (w. 728 H) memandang dakwah sebagai ajakan kepada manusia untuk beriman kepada Allah Swt. dan rasul-rasul-Nya, mempercayai semua wahyu yang disampaikan, dan mentaati segala perintah-Nya. Definisi Ibnu Taimiyah mencakup dakwah mengenai rukun-rukun Islam, rukun-rukun iman, serta Ihsan.⁵⁸
- 2) Imam Nawawi Al-Jawi (w. 1897 M) dalam kitab tafsirnya menyatakan bahwa bentuk dakwah yang paling utama adalah menyeru kepada pengakuan atas keberadaan dan sifat-sifat Allah Swt., serta mensucikan-Nya dari segala bentuk penyerupaan dengan makhluk.

⁵⁷ Ibrahîm Al-Muthliq, "At-Tadarruj Fi Dakwah An-Nabi", Hal. 19.

⁵⁸ Humûd Ar-Rahîlî, "Manhaj Al-Quran Al-Karîm Fi Dakwah Al-Musyrikîn Ilâ AllIslam", Jilid ke-1, Hal. 39.

- 3) Penulis kitab *At-Tadarruj Fi Dakwah An-Nabi*, Ibrahîm Al-Muthliq, mengutip berbagai pandangan dari beberapa penulis dan da'i mengenai pengertian dakwah dalam bukunya.
- a) Menurut Abu Al-Majîd Naufal, dakwah adalah tanggung jawab setiap Muslim, kapan saja dan di mana saja, yang memiliki kemampuan untuk menasihati dan mengarahkan kebenaran, untuk mengajak orang kepada Islam dengan keyakinan dan metode yang tepat, serta menjauhkan mereka dari selain Islam dengan pendekatan yang khusus.
 - b) Menurut Muhammad Sidî Al-Habîb, dakwah adalah tugas orang yang memiliki keahlian dalam mengajak orang di mana saja dan kapan saja untuk mengikuti ajaran Nabi Muhammad Saw., serta meneladani ucapan, perilaku, dan cara hidup beliau.
 - c) Muhammad Namr Al-Khathîb berpendapat bahwa dakwah adalah ajakan untuk melakukan segala kebaikan dan menjauhi segala keburukan, mencakup *amru bi al-Ma'rûf wa nahyu 'an al-munkar*, mencintai kebaikan dan menolak keburukan, serta mengikuti yang benar dan menghindari yang salah.⁵⁹
- 4) Dakwah adalah tanggung jawab orang yang memiliki keahlian dalam mengajak orang untuk mengikuti jejak Nabi Muhammad Saw., meneladani ucapan, perilaku, dan keyakinannya, menggunakan media

⁵⁹ Ibrahîm Al-Muthliq, "*At-Tadarruj Fi Dakwah An-Nabi*", Hal. 20, Maktabah Syamila

dan metode yang sesuai dengan syariat serta kondisi sasaran dakwah, kapan saja dan di mana saja.⁶⁰

5) Menurut Syaikh Abdullah Ba'alawi, dakwah adalah upaya untuk mengajak, membimbing, dan memimpin orang yang belum memahami atau tersesat dari jalan yang benar dalam agama, agar mereka dapat diarahkan menuju ketaatan kepada Allah. Dakwah juga mencakup mendorong mereka untuk melakukan kebaikan dan melarang mereka dari perbuatan buruk, sehingga mereka dapat mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁶¹

6) Menurut Quraish Shihab, dakwah adalah ajakan atau seruan untuk mencapai kesadaran, serta usaha untuk mengubah keadaan, baik pada individu maupun kelompok masyarakat, agar menjadi lebih baik dan sempurna.⁶²

b. Subjek Dakwah

Dalam bahasa Arab, subjek yang melakukan dakwah disebut (الداعي), dan bentuk jamaknya adalah (دعاة) atau (داعون). Istilah (دعاة) dapat diartikan sebagai orang-orang yang berdakwah atau mengajak kepada kondisi baik maupun buruk.

Dalam bahasa Arab, subjek yang melakukan dakwah disebut (الداعي), dan bentuk

⁶⁰ Humûd Ar-Rahîlî, "Manhaj Al-Quran Al-Karim Fi Dakwah Al-Musyrikin Ila AllIslam," Jilid ke-1, Hal. 40, Matabah Syamila.

⁶¹ Wahidin saputra, Pengantar Ilmu Dakwah (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2011).

⁶² Quraish Shihab, "Membumikan Al-Quran", (Bandung: Mizan Pustaka, 2009) Hal. 304

jamaknya adalah (دعاة)⁶³ atau (داعون).⁶⁴ Istilah (دعاة) dapat diartikan sebagai orang-orang yang berdakwah atau mengajak kepada kondisi baik maupun buruk.⁶⁵

Da'i atau juru dakwah adalah seseorang yang melaksanakan dakwah. Setiap Muslim secara langsung memiliki tanggung jawab untuk berdakwah atau menyampaikan pesan, sehingga setiap Muslim dapat dianggap sebagai da'i.⁶⁶

Ada juga yang mendefinisikan da'i sebagai orang yang melaksanakan dakwah melalui ucapan, tulisan, atau tindakan, baik secara individu maupun dalam kelompok atau organisasi.⁶⁷ Menurut Moh Ardani dalam bukunya yang berjudul "Memahami Permasalahan Fiqih Dakwah," da'i atau subjek dakwah adalah individu atau kelompok yang melakukan atau menyebarkan dakwah.⁶⁸

Oleh karena itu, setiap Muslim yang sudah dewasa dan berakal, baik laki-laki maupun perempuan, memiliki kewajiban untuk berdakwah. Tugas dakwah ini tidak hanya dibebankan kepada ulama, melainkan kepada seluruh Muslim yang dewasa dan berakal. Namun, para ahli ilmu atau ulama diberikan penekanan lebih

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

⁶³ Ahmad Warson Munawwir, "Al-Munawwir", (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997) Hal. 407

⁶⁴ Ḥumūd Ar-Raḥīlī, "Manhaj Al-Quran Al-Karim Fi Dakwah Al-Musyrikin Ila AllIslam", Jilid ke-1, Hal. 38, Matabah Syamila

⁶⁵ 28 Ibnu Manzhūr, "Lisân Al-'Arab", (Beirut: Dâr Shâdir, 1414 H.) Jilid ke-14, Hal. 259, Matabah Syamila

⁶⁶ Anwar Harjono, "Dakwah dan Masalah Sosial Kemasyarakatan," (tt: Media Dakwah, 1987) Hal. 129

⁶⁷ M. Munir & Wahyu Ilaihi, "Manajemen Dakwah", (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006) Hal. 21-22.

⁶⁸ Moh Ardani, "Memahami Permasalahan Fiqih Dakwah," Hal. 20.

dalam melaksanakan tugas ini karena mereka memiliki pengetahuan yang lebih mendalam dan terperinci dalam menjelaskan ajaran.⁶⁹

c. Sasaran Dakwah

Sasaran dakwah atau mad'u adalah orang-orang yang menjadi target dakwah atau yang menerima pesan dakwah, baik secara individu maupun dalam kelompok, dan meliputi baik yang Muslim maupun non-Muslim.⁷⁰ Agama Islam, yang diturunkan kepada Nabi Muhammad Saw., merupakan agama terakhir dan bersifat universal, sehingga sasaran dakwah mencakup seluruh umat manusia. Tidak ada pengecualian dalam penerimaan dakwah; semua orang, tanpa memandang jenis kelamin, status sosial, warna kulit, tempat asal, atau pekerjaan, termasuk dalam sasaran dakwah.⁷¹ Sebagaimana firman Allah Swt Q.S Saba ayat 28 dan Al-A'raf 158:

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي لَهُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَلَهُ الْحَمْدُ فِي الْآخِرَةِ وَهُوَ
 الْحَكِيمُ الْخَبِيرُ
 قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَوَاتِ
 وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ ۖ فَآمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي
 يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَتِهِ وَاتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

⁶⁹ Abdul Karim Zaidan, “Dasar-Dasar Ilmu Dakwah”, Terj. Asywadi Syukur, Jilid ke-2, Hal. 6. 35

⁷⁰ M. Munir & Wahyu Ilahi, “Manajemen Dakwah”, Hal. 2

⁷¹ Abdul Karim Zaidan, “Dasar-Dasar Ilmu Dakwah”, Terj. Asywadi Syukur, Jilid ke-2, Hal. 110.

“Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahui.” (QS. Saba’/34: 28)⁷²

“Katakanlah: "Hai manusia sesungguhnya aku adalah utusan Allah kepadamu semua” (QS. Al-A'raf/7: 158)⁷³

Ada beberapa kelompok penerima dakwah, yaitu:

- 1) Al-Mala: Golongan ini terdiri dari tokoh-tokoh atau orang-orang yang memiliki kekuasaan dan pengaruh besar.
- 2) Jumhûr An-Nâs: Ini adalah masyarakat umum.
- 3) Al-Munâfiqûn: Kelompok ini terdiri dari orang-orang munafik yang menunjukkan keislaman mereka hanya untuk pamer.
- 4) Al-‘Asha: Golongan ini mencakup orang-orang yang mudah terjerumus ke dalam kemaksiatan.⁷⁴

d. Metode Dakwah

Secara etimologi, metode berasal dari dua kata Yunani, yaitu "meta" (melalui) dan "hodos" (cara, jalan). Dalam bahasa Yunani, metode berasal dari kata "methodos," yang berarti jalan. Oleh karena itu, metode dapat diartikan sebagai cara atau jalur yang harus ditempuh untuk mencapai suatu tujuan, atau sebagai pendekatan yang terstruktur dan melibatkan proses pemikiran untuk mencapai maksud tertentu.⁷⁵

⁷² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : CV. Diponogoro, 2005) hlm.22.

⁷³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : CV. Diponogoro, 2005) hlm.30.

⁷⁴ Abdul Karim Zaidan, “Dasar-Dasar Ilmu Dakwah”, Terj. Asywadi Syukur, Jilid ke-2, Hal. 118.

⁷⁵ Moh Ardani, “Memahami Permasalahan Fiqih Dakwah,” Hal. 24.

Menurut Abdul Mustaqim dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Al-Quran dan Tafsir, metode diartikan sebagai *the way of doing anything*, yaitu cara atau pendekatan yang digunakan untuk melakukan sesuatu.⁷⁶ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, metode diartikan sebagai cara yang teratur dan telah dipikirkan dengan matang untuk mencapai tujuan, atau sebagai "cara kerja yang sistematis untuk mempermudah pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan."⁷⁷

Metode dakwah adalah cara atau pendekatan yang digunakan oleh para pendakwah untuk menyampaikan pesan atau materi dakwah Islam. Setiap pesan harus disampaikan dengan metode dakwah yang tepat. Peranan metode dalam dakwah sangat penting, karena pesan yang baik bisa saja ditolak jika disampaikan dengan metode yang tidak tepat. Surah An-Nahl/16: 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

UNIVERSITAS AL-FALAH PADANG
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

⁷⁶ Abdul Mustaqim, "Metode Penelitian Al-Quran dan Tafsir", (Yogyakarta: Idea Press, 2017) Hal. 17.

⁷⁷ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, "KBBI", Hal. 581.

⁷⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : CV. Diponogoro, 2005) hlm.15.

Ayat di atas menjelaskan tentang metode dakwah, dan dalam ayat tersebut terdapat tiga metode dakwah yang disebutkan, yaitu: Hikmah, Mau'izhah Hasanah, dan Mujâdalah bil Ahsân.⁷⁹

1. Hikmah

Hikmah adalah cara berdakwah yang memperhatikan kondisi dan situasi sasaran dakwah, dengan menyesuaikan dengan kemampuan mereka. Dengan pendekatan ini, diharapkan mereka dapat mengikuti tuntunan Islam tanpa merasa terpaksa atau mengalami kesulitan.⁸⁰ Menurut Imam Wahbah, hikmah adalah pernyataan yang kuat dan kokoh, yaitu argumen yang jelas dan tegas yang mengungkapkan kebenaran serta menghilangkan keraguan.⁸¹ Ar-Râzî menggambarkan hikmah sebagai bukti-bukti yang kuat dan meyakinkan, dan berpendapat bahwa metode dakwah ini adalah yang paling mulia.⁸² Sementara itu, menurut penafsiran Imam Asy-Sya'rawi, hikmah berarti menempatkan sesuatu pada tempatnya yang sesuai.⁸³

Berdakwah dengan metode ini pada dasarnya merupakan ajakan atau seruan yang bijaksana, filosofis, dan argumentatif, dilakukan dengan penuh keadilan, kesabaran, dan ketabahan sesuai dengan Sunnah dan Al-Quran. Oleh

⁷⁹ M. Munir & Wahyu Ilaihi, "Manajemen Dakwah", Hal. 33.

⁸⁰ M. Munir & Wahyu Ilaihi, "Manajemen Dakwah", Hal. 34.

⁸¹ Wahbah Zuhaili, "Tafsir Al-Munir", Jilid ke 14, hal. 267. Maktabah Syâmilah.

⁸² Fakhruddin Ar-Râzî, "Mafatih Al-Ghaib", (Beirut: Dar Kutub Al-Ilmiyah, tt) Jilid. Ke-20, Hal. 112.

⁸³ Mutawallî Asy-Sya'rawî, "Khawâthir Al-Îmân", Jilid ke-10, Hal. 813.

karena itu, dakwah dengan metode ini disesuaikan dengan pertimbangan akal, bahasa, dan kondisi lingkungan sasaran dakwah.⁸⁴

Dalam buku “Fiqhud Da’wah” karya M. Natsir, dikutip pendapat Syaikh Muhammad ‘Abduh yang menjelaskan bahwa Hikmah adalah menyampaikan dakwah dengan alasan, dalil, dan argumentasi yang dapat diterima oleh akal. Metode ini paling sesuai digunakan untuk golongan cerdik-cendikiawan yang mencintai kebenaran, dapat berpikir kritis, dan cepat memahami isu-isu yang dibahas.⁸⁵

2. Mau’izah Hasanah

Mau’izah Hasanah adalah metode dakwah yang dilakukan dengan cara memberikan nasihat atau pesan-pesan Islam dengan penuh kasih sayang, sehingga materi dakwah yang disampaikan dapat menyentuh hati dan mempengaruhi sasaran dakwah.⁸⁶ Menurut Ar-Râzî, Mau’izah Hasanah adalah petunjuk atau nasihat yang dapat diterima dan bersifat zhanni (berdasarkan dugaan).⁸⁷

M. Natsir mengutip pendapat Syaikh Muhammad ‘Abduh yang menjelaskan bahwa Mau’izah Hasanah adalah berdakwah dengan ajaran atau pesan yang mudah dipahami, jelas, serta memberikan anjuran dan pendidikan yang baik. Metode ini lebih sesuai digunakan untuk golongan awam yang belum mampu berpikir secara kritis dan mendalam atau memahami konsep-konsep yang kompleks.

⁸⁴ Ianatut Thoifah, “Manajemen Dakwah”, (Malang: Madani Press, 2015) Hal. 51

⁸⁵ M. Natsir, “Fiqhud Da’wah”, (Solo: CV. Ramadhani, 1991) Hal. 162

⁸⁶ M. Munir & Wahu Ilaihi, “Manajemen Dakwah”, Hal. 34.

⁸⁷ Fakhruddin Ar-Râzî, Mafatih Al-Ghaib, Jili d. Ke 20, Hal. 112.

3. Mujadalah Bil Ahsan

Mujâdalah bi al-Ahsân adalah metode dakwah yang melibatkan pertukaran pemikiran dan perdebatan dengan cara yang paling baik, tanpa memberikan tekanan yang memberatkan kepada kelompok sasaran dakwah.⁸⁸ Menurut Imam Wahbah, metode ini berarti berdiskusi dengan cara yang paling baik, yaitu dengan kelembahlembutan, kata-kata yang sopan, serta menggunakan argumen dan dalil yang kuat dan tepat.⁸⁹

Menurut Ar-Râzî dalam tafsirnya, Mujâdalah bi al-Ahsân adalah membantah argumen lawan menggunakan dalil yang benar, bukan dalil yang salah.⁹⁰ Metode ini merupakan usaha untuk mengajak sasaran dakwah ke jalan Allah melalui pertukaran pemikiran atau perdebatan antara dua pihak secara bersamaan, tanpa menimbulkan permusuhan. Tujuannya adalah agar lawan dapat menerima pendapat yang disampaikan dengan argumen dan bukti yang kuat.⁹¹

Menurut Syaikh Muhammad ‘Abduh, seperti yang dikutip oleh M. Natsir, Mujâdalah bil Ahsân adalah proses bertukar pikiran untuk mendorong pemikiran yang sehat dengan cara yang baik. Metode ini lebih sesuai digunakan untuk kelompok yang berada di antara cendikiawan dan golongan awam, yang tertarik untuk membahas berbagai hal namun hanya dalam batas tertentu dan tidak terlalu mendalam.

⁸⁸ M. Munir & Wahu Ilaihi, “Manajemen Dakwah”, Hal. 34.

⁸⁹ Wahbah Zuhaili, “Tafsir Al-Munir”, Jilid ke 14, Hal. 267.

⁹⁰ Fakhruddin Ar-Râzî, “Mafatih Al-Ghaib”, Jilid. Ke 20, Hal. 111.

⁹¹ Ianatut Thoifah, “Manajemen Dakwah”, Hal. 52-53.

e. Maddah (Materi Dakwah)

Maddah merujuk pada materi atau isi pesan yang disampaikan oleh pendakwah kepada sasaran dakwah. Dengan demikian, jelas bahwa maddah atau materi dakwah mencakup ajaran Islam. Secara umum, materi dakwah dapat dibagi menjadi empat topik utama, yaitu:⁹²

- 1) Masalah Akidah (Keimanan): Akidah Islamiyah merupakan aspek utama dalam materi dakwah. Aspek ini memiliki peranan penting dalam membentuk moral manusia. Oleh karena itu, keimanan atau akidah adalah materi dakwah yang pertama. Iman merupakan inti ajaran Islam yang menghubungkan antara akal dan wahyu. Orang yang benar-benar beriman cenderung melakukan perbuatan baik dan menghindari perbuatan yang buruk.
- 2) Masalah Syari'ah: Materi dakwah yang penting dan mengikat seluruh umat Islam adalah materi yang berkaitan dengan syariah. Materi ini merupakan inti dari kehidupan umat Islam di seluruh dunia dan sangat patut dibanggakan. Kelebihan materi syariah adalah keunikan dan keuniversalan yang dimilikinya, karena menjelaskan hak-hak semua manusia, baik Muslim maupun non-Muslim. Dengan adanya materi ini, tatanan sistem dunia dapat menjadi lebih sempurna dan teratur.
- 3) Masalah Mu'amalah: Dalam Islam, urusan mu'amalah mendapat perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan urusan ibadah. Aspek

⁹² M. Munir & Wahyu Ilaihi, "Manajemen Dakwah", Hal. 24-29.

kehidupan sosial dianggap lebih penting daripada aspek kehidupan ritual.

Pendapat ini dapat dipahami dengan alasan berikut:

- a) Al-Quran dan Hadits merupakan sumber hukum utama yang mencakup sebagian besar aspek mu'amalah.
- b) Ibadah yang memiliki dimensi sosial biasanya mendapatkan balasan pahala yang lebih besar dibandingkan dengan ibadah yang bersifat individual. Sebagai bentuk tebusan bagi ibadah yang tidak sempurna atau batal, biasanya dilakukan tindakan yang bersifat sosial.
- c) Melakukan ibadah atau amal baik yang berdampak pada masyarakat umumnya mendapatkan pahala yang lebih besar dibandingkan dengan ibadah sunnah.
- d) Masalah Akhlak: Pembahasan mengenai akhlak terkait dengan kebiasaan atau kondisi batin yang mempengaruhi perilaku manusia. Materi akhlak dalam Islam meliputi sifat-sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhi.⁹³

E. Komunikasi Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, istilah dakwah berasal dari kata Arab دَعَا - يَدْعُو - دَعْوَةٌ (da'a-yad'u-da'wah), yang berarti memanggil, mengajak, menyeru, memohon, atau mengundang kepada suatu tujuan tertentu. Secara bahasa, dakwah dapat dimaknai sebagai upaya mengarahkan seseorang menuju suatu gagasan,

⁹³ Ianatut Thoifah, "Manajemen Dakwah", Hal. 54-55.

keyakinan, atau tindakan melalui seruan atau panggilan yang disampaikan dengan kata-kata atau isyarat yang dapat dipahami.⁹⁴

Adapun secara terminologis, para ulama memberikan definisi yang beragam namun saling melengkapi. Ibnu Taimiyyah mendefinisikan dakwah sebagai ajakan kepada manusia untuk beriman kepada Allah, mengikuti ajaran Rasul-Nya, serta menaati seluruh perintah-Nya.⁹⁵ Sementara Imam Al-Thabari menekankan bahwa dakwah merupakan usaha mengajak masyarakat kepada Islam melalui perkataan dan perbuatan yang mencerminkan nilai-nilai kebenaran.⁹⁶ Dalam perspektif kontemporer, Quraish Shihab menjelaskan bahwa dakwah adalah usaha sadar untuk mengubah keadaan individu atau masyarakat menuju kondisi yang lebih baik sesuai tuntunan Islam, baik melalui tutur kata, tulisan, maupun teladan perilaku.

Dalam konteks penelitian ini, dakwah dipahami sebagai proses penyampaian nilai-nilai Islam yang berlangsung dalam interaksi sosial spontan di lopo kopi, bukan melalui mimbar formal. Dakwah tidak diposisikan sebagai ceramah resmi, melainkan sebagai komunikasi dialogis yang terjadi melalui percakapan sehari-hari antara ustadz, tokoh agama, dan masyarakat saat melakukan aktivitas marlopo. Dengan demikian, dakwah dalam penelitian ini memiliki karakteristik:

1. Non-formal, berlangsung dalam percakapan santai di warung kopi.

⁹⁴ Atabik Ali & Ahmad Zuhdi Muhdlor, *Kamus Arab-Indonesia*, (Yogyakarta: Multi Karya Grafika, 1996), hlm. 412.

⁹⁵ Ibnu Taimiyyah, *Majmu' Fatawa*, Jilid 1, (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1995), hlm. 158.

⁹⁶ Imam Al-Thabari, *Jami' al-Bayan fi Ta'wil al-Qur'an*, (Mesir: Dar Hijr, 2001), hlm. 22.

2. Dialogis dan partisipatif, karena masyarakat bebas merespons, bertanya, dan berdiskusi.
3. Berbasis budaya lokal, sebab penyampaian pesan Islam melebur dengan tradisi marlopo masyarakat Angkola.
4. Kontektual, yakni materi dakwah disesuaikan dengan kebutuhan, realitas sosial, dan bahasa masyarakat Barumun Tengah.

Dakwah bukan sekadar penyampaian materi keagamaan, tetapi juga proses pembentukan makna sosial-religius melalui komunikasi natural di ruang publik lokal yang disebut lopo kopi.⁹⁷

b. Pengertian Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lain yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Proses ini menggunakan simbol-simbol baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain agar lebih sesuai dengan ajaran Islam. Komunikasi ini dapat dilakukan secara langsung melalui lisan maupun secara tidak langsung melalui media.⁹⁸

Komunikasi dakwah juga dapat diartikan sebagai usaha komunikator, seperti Ustadz, Ulama, Kyai, Buya, atau Muballigh, dalam menyampaikan pesan-pesan Al-Qur'an dan Hadits kepada masyarakat. Tujuannya adalah agar umat dapat mengetahui, memahami, menghayati, dan menerapkan ajaran tersebut

⁹⁷ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 1999), hlm. 57.

⁹⁸ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 26.

dalam kehidupan sehari-hari, serta menjadikan Al-Qur'an dan Hadits sebagai pedoman dan pandangan hidup mereka.

Secara umum, komunikasi dakwah adalah proses penyampaian pesan dakwah yang secara sengaja dilakukan oleh komunikator (da'i) kepada komunikan (mad'u) dengan tujuan mempengaruhi perilaku mereka.⁹⁹ Komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai "proses penyampaian informasi tentang Islam untuk mempengaruhi komunikan (objek dakwah/mad'u), agar mereka mengimani, mempelajari, mengamalkan, menyebarkan, dan membela kebenaran ajaran Islam".

Komunikasi dakwah juga dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang mencakup pesan-pesan dakwah dan aktor-aktor dakwah, serta berkaitan dengan ajaran Islam dan penerapannya dalam berbagai aspek kehidupan. Dalam konteks ini, komunikasi dakwah merujuk pada tipe atau bentuk penyampaian nilai-nilai ajaran tasawuf dalam proses komunikasi, dengan tujuan untuk membangun spiritualitas yang tinggi agar dalam beribadah dapat diterapkan dan dijalankan sesuai dengan petunjuk Al-Qur'an dan Hadits dalam kehidupan sehari-hari.

c. Metode Komunikasi Dakwah

Dalam bahasa Yunani, kata "metode" berasal dari kata "methodos," yang berarti jalan, sedangkan dalam bahasa Arab disebut "thariq." Secara etimologi, metode berasal dari dua kata, yaitu "meta" (melalui) dan "hodos" (jalan, cara).

⁹⁹ Wahyu Illahi, h. 26.

Oleh karena itu, metode dapat diartikan sebagai cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan.¹⁰⁰

Menurut Syaikh Ali Mahfudz, seperti yang dikutip oleh Wahidin Saputra, dakwah adalah ajakan kepada manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, dengan mendorong mereka berbuat baik dan menjauhkan mereka dari perbuatan buruk agar mereka mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Berdasarkan pendapat ini, dapat disimpulkan bahwa metode dakwah adalah cara yang digunakan oleh da'i (komunikator) untuk mencapai tujuan dengan dasar hikmah dan kasih sayang.¹⁰¹

Dalam konteks ini, seorang da'i berarti memberikan manfaat atau kemaslahatan kepada orang lain melalui pendekatan dakwah untuk mencapai tujuan tertentu. Metode dakwah merupakan bagian dari strategi dakwah yang melibatkan perencanaan (planning) untuk mencapai tujuan tersebut. Metode dakwah adalah cara-cara sistematis yang menjelaskan arah strategis dakwah yang telah ditetapkan. Sebagai bagian dari strategi dakwah yang bersifat konseptual, metode dakwah lebih konkret dan praktis. Metode ini harus dapat diterapkan dengan mudah dan tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan efektivitas dakwah, tetapi juga untuk mengatasi berbagai hambatan yang mungkin dihadapi.

Dalam Islam, dakwah sering menghadapi kesulitan karena metode dakwah yang tidak tepat, yang dapat menyebabkan Islam dianggap sebagai agama yang tidak simpatik, penghambat perkembangan, atau tidak rasional. Hal-hal yang biasa

¹⁰⁰ M. Arifin, Ilmu Pendidikan Islam, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), h.61.

¹⁰¹ Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah, Cet. II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012),h.243.

dapat menjadi luar biasa dengan sentuhan metode yang tepat. Dakwah memerlukan metode yang efektif agar dapat diterima dengan baik oleh audiens. Metode yang dipilih haruslah benar agar Islam dapat diterima secara akurat dan efektif.¹⁰²

d. Bentuk Komunikasi Dakwah

Secara umum, ada tiga bentuk komunikasi dakwah, yaitu:

- 1) Komunikasi Dakwah Bil-Lisan: Metode dakwah ini melibatkan penggunaan lisan oleh da'i untuk menyampaikan risalah dengan berbicara di depan umum. Dengan tutur kata yang baik, da'i berusaha mempengaruhi pendengar agar mengikuti ajaran yang disampaikan.
- 2) Komunikasi Dakwah Bil-Qalam: Bentuk dakwah ini dilakukan melalui tulisan, seperti yang disampaikan melalui media cetak atau elektronik, termasuk televisi, radio, artikel, brosur, bulletin, dan sebagainya.
- 3) Komunikasi Dakwah Bil-Hal: Metode ini melibatkan pemberdayaan masyarakat melalui tindakan nyata, seperti mendorong dan memotivasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹⁰³

Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa bentuk komunikasi dakwah yang dilakukan oleh da'i berbeda-beda. Beberapa da'i menyampaikan dakwah melalui lisan, yaitu dengan berbicara di depan banyak orang, sementara yang lain menyampaikannya melalui tulisan, termasuk syair-syair Islam.

¹⁰² Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah, Cet. II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012),h.358.

¹⁰³ Moh Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana:2004), h.359

e. Fungsi Komunikasi Dakwah

Fungsi merujuk pada potensi yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.¹⁰⁴ Reformasi informasi merupakan tantangan bagi struktur kekuasaan global. Artinya, pihak yang menguasai informasi berpotensi besar untuk mengendalikan dunia melalui pengaruh yang dihasilkannya lewat proses komunikasi. Jika kita tidak mengikuti perkembangan perubahan, kita akan semakin terpuruk dan tidak mampu mengatasi pengaruh dari luar.

Fungsi komunikasi akan terus berkembang seiring dengan kemajuan ilmu komunikasi. Secara lebih rinci, seiring dengan perkembangan ilmu tersebut, fungsi komunikasi juga mengalami perubahan. Pada abad ke-5 SM, ketika retorika mencapai puncaknya, para sofis Yunani menggunakan pidato untuk mempengaruhi dan mendapatkan simpati khalayak. Perlu dicatat bahwa pada masa itu, sistem politik yang berlaku adalah demokrasi langsung, dan kemampuan pidato pemimpin dapat memengaruhi wibawanya di mata rakyat. Secara umum, fungsi komunikasi, terutama dalam kaitannya dengan media, mencakup tujuan untuk memberi informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi.¹⁰⁵

Tujuan umum dari komunikasi dakwah adalah untuk menyampaikan pemahaman tentang Islam kepada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Dengan adanya pemahaman ini, diharapkan masyarakat akan terhindar dari sikap dan tindakan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Rosdakarya, 2010), h. 33.

¹⁰⁵ Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah, h.33.

¹⁰⁶ Dzikhron Abdullah, Metodologi Dakwah, (Semarang: Diktat Kuliah, 1988), h. 45.

Untuk mencapai tujuan komunikasi dakwah, langkah-langkah dan tindakan dakwah perlu disusun secara bertahap. Pada setiap tahap, harus ditetapkan dan dirumuskan target atau sasaran tertentu. Program dakwah untuk setiap tahap kemudian disusun berdasarkan target tersebut. Dengan pendekatan ini, pencapaian tujuan dakwah dapat diupayakan secara teratur dan sistematis.¹⁰⁷

Pada pembahasan sebelumnya, telah dijelaskan bahwa Islam adalah agama yang fokus pada amal saleh dan menjauhkan pemeluknya dari perbuatan yang buruk atau mungkar. Amal saleh tersebut mencakup semua tindakan yang sesuai dengan pedoman dasar agama, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah.

Salah satu tugas Rasulullah SAW adalah membawa amanah suci untuk menyempurnakan akhlak mulia bagi umat manusia. Akhlak tersebut merujuk pada Al-Qur'an Karim, karena setiap individu Muslim berpedoman pada Al-Qur'an. Oleh karena itu, tujuan komunikasi dalam konteks yang lebih luas adalah untuk menegakkan ajaran Islam pada setiap individu dan masyarakat, sehingga ajaran tersebut dapat mendorong perilaku yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama tersebut.¹⁰⁸

Dengan demikian, dapat disimpulkan secara sederhana bahwa tujuan dari komunikasi dakwah adalah:

- a. Bagi setiap individu Muslim, dakwah merupakan salah satu kewajiban agama yang harus dilaksanakan. Proses dakwah adalah komunikasi yang

¹⁰⁷ Dzikron Abdullah, Metodologi Dakwah, h. 45.

¹⁰⁸ Wahyu Illahi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Rosda Karya, 2010), h. 36.

bertujuan menyampaikan pesan baik agar penerima pesan terpengaruh dan menjadi pribadi yang lebih baik.

- b. Tujuan dari komunikasi dakwah adalah terjadinya perubahan dalam perilaku, sikap, atau tindakan yang sesuai dengan pesan-pesan Islam atau ajaran Al-Qur'an dan Sunnah.
- c. Melalui komunikasi, dapat tercipta suasana yang mendukung perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai persuasif Islam, sikap mental yang Islami, dan bentuk perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam.
- d. Komunikasi dapat meningkatkan apresiasi yang mendorong tindakan nyata serta konsistensi dalam beribadah, semata-mata untuk meraih ridha Allah SWT.
- e. Komunikasi dakwah juga dapat membantu masyarakat memahami Islam sebagai agama yang penuh rahmat dari Allah SWT, serta memberikan pengetahuan tentang bagaimana mengatasi perubahan dari jalan yang salah menuju jalan yang benar.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya berfungsi untuk membandingkan hasil-hasil yang telah ada dan menemukan inspirasi untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, kajian terdahulu membantu peneliti untuk menempatkan penelitian mereka dalam konteks yang tepat dan menunjukkan keaslian penelitian yang dilakukan. Dalam bagian ini, peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan, dan membuat ringkasan baik dari

penelitian yang sudah dipublikasikan maupun yang belum. Berikut adalah studi-studi terdahulu yang terkait dengan tema yang dibahas oleh penulis.

1. Ansar yang berjudul (2016) dalam judulnya “Model Komunikasi di Warung Kopi (WARKOP) Dg. Sija di Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa”. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pesan-pesan apa yang sering dibahas dalam komunikasi antar pribadi di Warung Kopi (WARKOP) Dg. Sija, dan bagaimana dinamika komunikasi antar pribadi yang terbentuk di tempat tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan model komunikasi yang terjadi di Warung Kopi (WARKOP) Dg. Sija di Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa, serta mengeksplorasi kemungkinan pengembangan model komunikasi di warung kopi, baik dalam hal konsep maupun teori. Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang bersifat purposif, dipilih 10 orang responden yang terdiri dari pengunjung dan pemilik Warung Kopi (WARKOP) Dg. Sija. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi literatur. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik analisis kualitatif. Adapun kesamaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut: Objek yang diteliti dalam kedua penelitian adalah warung kopi. Jenis dan metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode deskriptif kualitatif. Adapun perbedaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut: Subjek penelitian sebelumnya adalah warung kopi modern (kafe), sementara objek penelitian

ini adalah warung kopi tradisional. (*lopo kopi*). Fokus dalam penelitian sebelumnya adalah bagaimana model komunikasi di warung kopi (WARKOP) Dg. Sija di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Sedangkan pada penelitian ini fokus penelitiannya adalah bagaimana model komunikasi, dinamika komunikasi antarpribadi, serta pesan pesan dakwah apa yang di *Lopo Kopi*.¹⁰⁹

2. Rachmad Hidayat (2023) dengan judul "Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai 'Setempat' di Kabupaten Mamuju Tengah" mengkaji bagaimana kedai kopi dapat menjadi sarana untuk membangun proses sosial seperti persaudaraan dan silaturahmi. Berbeda dengan kedai kopi lainnya yang umumnya menerapkan sistem serupa, kedai "Setempat" menggunakan strategi dakwah dalam operasionalnya. Untuk mencapai tujuan dakwah yang diinginkan, setiap individu perlu memahami metode-metode yang tepat untuk digunakan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data kualitatif dikumpulkan dari kata-kata, tindakan, dan dokumen lapangan, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan mengenai penerapan dakwah di kedai kopi tersebut. Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut: Subjek dalam penelitian sebelumnya adalah warung kopi modern (*Caffe*). Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi objeknya adalah warung kopi tradisional (*lopo kopi*). Fokus dalam

¹⁰⁹ Ansar, "Model Komunikasi Di Warung Kopi Dengan Sija Kecamatan Somba Opu Kabupaten Go."hlm.33.

penelitian sebelumnya adalah bagaimana Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai “Setempat” di Kabupaten Mamuju tengah. Sedangkan pada penelitian ini fokus penelitiannya adalah bagaimana model komunikasi, dinamika komunikasi antarpribadi, serta pesan pesan dakwah apa yang di *Lopo Kopi*.¹¹⁰

3. Alfi Isya Mulyadi dan rekan-rekan (2020) dalam jurnalnya “Analisis Strategi *Brand Image* Kedai Kopi “Moeng Kopi” Melalui Media Sosial Instagram” menggunakan metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang baik dalam pembentukan Brand Image dengan menerapkan elemen brand serta strategi brand image pada kedai kopi Moeng kopi. Hal ini sangat membantu meningkatkan keramaian dan semakin dikenalnya kedai kopi Moeng kopi oleh khalayak luas. Keberhasilan pembentukan Brand Image dari kedai Moeng kopi dilihat dari respon Customer yang menunjukkan hasil yang baik terhadap Brand Image dari kedai Moeng kopi Surabaya. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek yang dikaji sama-sama warung kopi, dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Perbedaannya terletak pada subjek: penelitian sebelumnya membahas warung kopi modern (kafe), sedangkan penelitian ini fokus pada warung kopi tradisional (lopo kopi). Fokus penelitian sebelumnya adalah model komunikasi di Warung Kopi Dg. Sija, Kecamatan Somba Opu, Kabupaten Gowa, sementara penelitian ini

¹¹⁰ Rachmad Hidayat "Penerapan Strategi Dakwah Pada Usaha Kedai 'Setempat' di Kabupaten Mamuju Tengah, 2023 hlm .5

mengeksplorasi model komunikasi, dinamika komunikasi antarpribadi, dan pesan dakwah di Lopo Kopi.¹¹¹

4. Annisya dan rekan-rekan (2024) dalam jurnalnya “Loyalitas Konsumen: Strategi Komunikasi Pemasaran Lokasa Coffe” Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Lakosa Coffee dalam meningkatkan loyalitas konsumen adalah dengan menggunakan media sosial instagram sebagai media promosi dan publikasi, memaksimalkan pelayanan pekerja terhadap konsumen, memastikan cita rasa kopi yang authentic sebagai ciri khas toko, serta mengikuti berbagai event kopi dan kerjasama UMKM di kota Pekanbaru. Kesamaan penelitian ini adalah membahas Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah Di Kabupaten Padang Lawas, sementara perbedaannya terletak pada lokasi dan objek penelitiannya.¹¹²

5. Merda Della Sovira dkk (2021) dalam jurnalnya “Analisis Visual Konten Instagram @kopijanjiwiwa Edisi Kolaborasi Joox Sebagai Media Promosi”. Metode yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes sebagai kajian tanda dan petanda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap konten kolaborasi dari Kopi Janji Jiwa dan JOOX yang diunggah melalui instagram memiliki pesan, makna tanda verbal dan visual. Kesamaan penelitian ini adalah

¹¹¹ Isa Mulyadi and Zuhri, “Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi ‘MOENG KOPI’ Melalui Media Sosial Instagram.”hlm.22.

¹¹² Putri et al., “Loyalitas Konsumen: Strategi Komunikasi Pemasaran Lakosa Coffee.”hlm.11.

membahas Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah Di Kabupaten Padang Lawas, sementara perbedaannya terletak pada lokasi dan objek penelitiannya.¹¹³

6. Nurlaila Hayati (2015) dalam jurnalnya “Eksistensi Penggunaan WI-FI di Warung Kopi di Kota Banda Aceh” Kehadiran internet dalam bentuk praktisnya seperti Wi-Fi di warung-warung kopi di kota Banda Aceh merupakan suatu wacana baru. Dimana yang dahulunya masyarakat kota Banda Aceh yang kurang tersentuh dengan teknologi canggih, sekarang dapat dikatakan sudah terbiasa menggunakannya, bahkan dalam kehidupan sehari-hari sekalipun. Dengan demikian, tujuan penulisan ini untuk berusaha menyelami bagaimana sebenarnya keberadaan Wi-Fi di warung kopi bagi masyarakat kota Banda Aceh. Deskripsi ini, juga mempunyai alasan yang kuat dengan terkumpulnya informasi dari sumber yang terpercaya tentang jumlah warung kopi yang menggunakan Wi-Fi di kota Banda Aceh. Kesamaan penelitian ini adalah membahas Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah Di Kabupaten Padang Lawas, sementara perbedaannya terletak pada lokasi dan objek penelitiannya.¹¹⁴

7. Grace Heidy Jane Amanda Wattimena (2024) dalam jurnalnya “Strategi Komunikasi Terpadu Produk Kopi Kenangan” Pendekatan penelitian menggunakan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan IMC telah membuat Kopi Kenangan telah mampu menciptakan strategi pemasaran yang terkoordinasi dengan baik,

¹¹³ Sovira and Abidin, “Analisis Visual Konten Instagram @Kopijanjiwiwa Edisi Kolaborasi Joox Sebagai Media Promosi (Kajian Semiotika).”hlm.22.

¹¹⁴ Hayati, “Eksistensi Penggunaan Wi-Fi Di Warung Kopi Di Kota Banda Aceh.”hlm.13.

mulai dari branding, promosi, hingga komunikasi dengan pelanggan. Artikel ini menganalisis elemen-elemen IMC yang digunakan oleh Kopi Kenangan, termasuk penggunaan media sosial, iklan, sponsorship, dan strategi komunikasi yang terpadu. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya IMC dalam menciptakan pesan yang konsisten dan mempengaruhi persepsi pelanggan, serta strategi yang efektif untuk membangun dan memperluas basis konsumen di industri kopi. . Kesamaan penelitian ini adalah membahas Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah Di Kabupaten Padang Lawas, sementara perbedaannya terletak pada lokasi dan objek penelitiannya.¹¹⁵

8. Mukhsinuddin dkk (2023) dalam jurnalnya “Strategi Komunikasi Bisnis Warung Kopi Sebagai Metode Dakwah di Aceh” Metode penelitian ini melibatkan studi lapangan dan wawancara mendalam dengan pemilik warung kopi, pelanggan tetap, dan tokoh masyarakat. Hasil analisis menunjukkan bahwa warung kopi memberikan konteks yang santai dan akrab untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan. Dalam kaitannya dengan strategi komunikasi bisnis, pemilihan desain interior dan menu secara cermat merupakan elemen kunci yang menarik perhatian pelanggan dan membantu dalam penyebaran pesan dakwah. Penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi pelaku bisnis dan pemangku kepentingan lainnya, menawarkan wawasan tentang potensi warung kopi sebagai sarana dakwah yang efektif di tengah masyarakat. Selain itu, kontribusi penelitian ini

¹¹⁵ Heidy et al., “Sketsa Bisnis.”hlm.25.

meluaskan pemahaman mengenai strategi komunikasi bisnis dalam konteks dakwah di daerah dengan latar belakang budaya dan keagamaan yang kuat seperti Provinsi Aceh. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman lebih dalam tentang fenomena ini tetapi juga merangsang perbincangan lebih lanjut dalam literatur mengenai dakwah dan bisnis di Indonesia, khususnya di wilayah yang memiliki kekayaan budaya dan keagamaan yang unik. Kesamaan penelitian ini adalah membahas Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah Di Kabupaten Padang Lawas, sementara perbedaannya terletak pada lokasi dan objek penelitiannya.¹¹⁶

9. Dini Safitri (2023) dalam jurnalnya “Santri, Kopi dan Aktivitas Moderasi di Media Sosial” Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran tentang peran santri dalam menjalankan moderasi beragama dengan kegiatan yang menarik, dengan ngopi sebagai teman setia yang menemani santri dalam beraktivitas. Metode yang digunakan adalah studi literatur. Hasil kajian menunjukkan bahwa mahasiswa, kopi, dan moderasi dapat bersinergi tidak hanya dalam menjaga tatanan sosial Indonesia sebagai negara multikultural tetapi juga dapat menembus pemberdayaan ekonomi untuk kesejahteraan mahasiswa. Kesamaan penelitian ini adalah membahas Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah Di Kabupaten Padang Lawas, sementara perbedaannya terletak pada lokasi dan objek penelitiannya.¹¹⁷

¹¹⁶ Mukhsinuddin, Rohana, and Hamsa, “Strategi Komunikasi Bisnis Warung Kopi Sebagai Metode Dakwah.”hlm.12.

¹¹⁷ Safitri, “AL-BALAGH: Jurnal Komunikasi Islam Santri , Kopi Dan Aktivitas Moderasi Di Media Sosial.”hlm.12.

10. Furqan dkk (2024) dalam jurnalnya “Membumikan Komunikasi Islam Dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh” Penelitian ini dilakukan dengan membaca, menelaah, dan menganalisis berbagai sumber yang ada, berupa Al-Qur’an, Hadist, jurnal dan buku, maupun hasil penelitian lainnya yang berkaitan dengan komunikasi dalam kehidupan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi Islam dalam kehidupan sosial memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, hal ini dapat dilihat dari makna sosial, cakupan sosial dan dukungan sosial sampai pada mampu membatasi perkataan yang negatif terhadap seseorang. Komunikasi Islam menjadi alat penyampaian atau tukar menukarnya informasi yang menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi sesuai Al-Qur’an sebagai salah satu motivasi umat muslim membumikan komunikasi Islam dalam kehidupan sosial secara langsung dan melalui media sosial. Sedangkan dalam konteks warung kopi sebagai sarana komunikasi sosial masyarakat di Kota Banda Aceh, warung kopi bukan hanya menjadi sebagai tempat minum kopi atau beristirahat tetapi juga menjadi salah satu tempat sumber informasi terbaru dan juga menjadi tempat berkumpulnya berbagai komunitas, mulai dari masyarakat biasa, tokoh masyarakat, pegawai pemerintah, dan lain sebagainya. Kesimpulannya bahwa komunikasi menjadi salah satu alasan penting dalam bermasyarakat tentunya dalam dalam kaidah-kaidah agama Islam, selain itu komunikasi Islam dan kehidupan sosial sangat besar peranannya dalam konteks warung kopi di kota Banda Aceh. Kesamaan penelitian ini adalah

membahas Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah Di Kabupaten Padang Lawas, sementara perbedaannya terletak pada lokasi dan objek penelitiannya.¹¹⁸

Penelitian berjudul "Lopo Kopi sebagai Media Komunikasi Dakwah di Kabupaten Padang Lawas" memiliki fokus yang berbeda secara signifikan dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengeksplorasi peran *lopo kopi* sebagai warung kopi tradisional yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul, tetapi juga menjadi sarana penyampaian pesan-pesan dakwah. Penelitian ini memusatkan perhatian pada model komunikasi yang terbentuk, dinamika komunikasi antarpribadi, dan isi pesan dakwah yang disampaikan. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini memanfaatkan konteks lokal dan kearifan budaya masyarakat di Kabupaten Padang Lawas, menjadikannya unik dalam pembahasan komunikasi dakwah berbasis budaya local.

Sebaliknya, penelitian terdahulu cenderung berfokus pada warung kopi modern dengan menonjolkan aspek desain, strategi pemasaran, atau loyalitas pelanggan. Beberapa penelitian lain juga menyinggung komunikasi dakwah, tetapi lebih menekankan strategi secara umum tanpa menggali dinamika tradisional seperti yang dilakukan dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian sebelumnya umumnya tidak mengintegrasikan aspek dakwah secara spesifik dalam konteks *lopo kopi* tradisional, melainkan lebih banyak membahas warung kopi modern

¹¹⁸ Furqan, Furqan, Abdullah Abdullah, and Muhammad Furqan. "Membumikan Komunikasi Islam dalam Kehidupan Sosial Melalui Warung Kopi di Kota Banda Aceh." *Jurnal Keislaman* 7.2 (2024): 381-395.

sebagai sarana promosi, komunikasi sosial, atau branding. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru yang menghubungkan tradisi lokal dengan dakwah dalam konteks komunikasi interpersonal di *lopo kopi*.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan sejak Juni 2024 sampai 04 November 2025.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di warung *Lopo Kopi* di kecamatan Barumon Tengah Kabupaten Padang Lawas, Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini dilaksanakan di warung *Lopo Kopi* yang berada di Kecamatan Barumon Tengah, Kabupaten Padang Lawas, Provinsi Sumatera Utara, dengan beberapa pertimbangan akademik dan empiris yang relevan dengan fokus kajian. Pertama, Kecamatan Barumon Tengah merupakan salah satu wilayah di Tabagsel yang masih mempertahankan tradisi *marlopo* sebagai budaya lokal masyarakat Angkola. Tradisi ini tidak hanya menjadi ruang sosial, tetapi juga arena diskusi yang hidup, di mana nilai-nilai moral, sosial, dan keagamaan sering dibicarakan secara natural. Kondisi ini menjadikan *lopo kopi* sebagai tempat yang autentik untuk mengamati praktik komunikasi dakwah berbasis budaya lokal.

Kedua, aktivitas *marlopo* di Barumon Tengah berlangsung hampir setiap hari dan diikuti oleh berbagai kelompok masyarakat seperti petani, pedagang, pemuda, tokoh adat, dan ustadz. Keberagaman latar belakang pengunjung ini memberikan dinamika komunikasi yang kaya, memungkinkan peneliti mengamati

bagaimana pesan dakwah diterima, dipertukarkan, dan dinegosiasikan dalam percakapan sehari-hari.

Ketiga, keberadaan sejumlah ustadz yang rutin berinteraksi di lopo kopi menjadikan lokasi ini strategis untuk menelusuri bagaimana dakwah non-formal berlangsung di luar institusi keagamaan. Lopo kopi berfungsi bukan hanya sebagai tempat minum kopi, tetapi juga ruang publik lokal yang mempertemukan agama, budaya, dan realitas sosial masyarakat.

Keempat, penelitian tentang dakwah berbasis budaya lokal, khususnya di warung kopi, masih jarang dilakukan di wilayah Padang Lawas. Karena itu, pemilihan lokasi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah baru mengenai bentuk dakwah kultural yang tumbuh dari tradisi masyarakat itu sendiri.

Lopo Kopi di Kecamatan Barumun Tengah merupakan lokasi yang relevan dan strategis untuk mengkaji komunikasi dakwah dalam ruang publik non-formal yang mencerminkan budaya lokal dan praktik sosial masyarakat setempat.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena sosial atau peristiwa tertentu.¹¹⁹ Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang fokus pada analisis fenomena komunikasi dakwah di lopo kopi di kawasan Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas. Penelitian ini menggambarkan masalah yang diteliti dengan cara analisis logis

¹¹⁹ “Lexy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 4.”

yang ilmiah, menggunakan data berupa kata-kata dan argumen untuk memperkuat pemahaman pembaca tentang masalah yang dibahas.

Penelitian ini tentang studi kasus *Lopo Kopi* sebagai media komunikasi dakwah di Kawasan masyarakat Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas. Oleh karena itu, seluruh data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui observasi langsung di lapangan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial dan keagamaan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat di Kecamatan Barumun Tengah, khususnya dalam aktivitas marlopo di lopo kopi. Penelitian kualitatif memberikan ruang bagi peneliti untuk mengeksplorasi makna, pengalaman, dan pemahaman partisipan terhadap aktivitas komunikasi dakwah yang berlangsung secara informal dan kontekstual. Selain itu, pendekatan studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada satu unit sosial yang spesifik, yaitu komunitas lopo kopi di wilayah tertentu yang dijadikan objek untuk diteliti secara mendalam dan menyeluruh. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menggali informasi kontekstual yang kaya mengenai bagaimana tradisi marlopo berfungsi sebagai media dakwah yang hidup dan dinamis.¹²⁰

Untuk mendukung pendekatan tersebut, penelitian ini menggunakan desain fenomenologi, dengan tujuan memahami makna dari pengalaman sosial dan religius masyarakat dalam aktivitas marlopo. Fenomenologi sangat relevan

¹²⁰ John W. Creswell, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*, 3rd ed. (Los Angeles: SAGE Publications, 2013), hlm. 76–83.

digunakan karena menempatkan pengalaman subjek sebagai fokus utama, sehingga interaksi sosial, nilai dakwah, serta bentuk komunikasi informal yang berlangsung di lopo kopi dapat dipahami dari sudut pandang masyarakat pelaku. Dengan desain ini, peneliti berusaha menangkap realitas sebagaimana yang dirasakan oleh masyarakat, termasuk persepsi, kesadaran, dan tanggapan mereka terhadap proses penyampaian pesan-pesan Islam dalam ruang-ruang nongkrong tradisional. Pendekatan fenomenologi juga membantu dalam menggali kedalaman makna yang terkandung dalam komunikasi dakwah yang tidak hanya verbal, tetapi juga simbolik dan kontekstual sesuai dengan budaya lokal yang berkembang di Tabagsel, khususnya Kabupaten Padang Lawas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode deskriptif berfungsi untuk menggambarkan fenomena yang terjadi selama penelitian. Menurut Moh Nasir, metode deskriptif adalah pendekatan yang digunakan untuk meneliti status kelompok manusia, objek, kondisi, sistem, pemikiran, atau kejadian masa kini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan dengan sistematis dan akurat fakta serta karakteristik mengenai populasi atau area tertentu.¹²¹

C. Subjek Penelitian

Subjek adalah pusat dari penelitian itu sendiri yaitu seseorang yang menjadi sasaran dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini subjek yang dipilih yaitu Da'i dan Masyarakat yang terlibat budaya *Lopo Kopi* yang terdapat di Kawasan kecamatan Barumun Tengah kabupaten Padang Lawas.

¹²¹ "Saifuddin Azwar, Metode Penelitian (Jakarta: Ghalila Indonesia, 2009), hlm. 63."

Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Teknik ini dianggap paling tepat karena tidak semua individu di masyarakat menjadi bagian dari aktivitas marlopo yang menjadi objek kajian. Informan yang dipilih adalah mereka yang memiliki pengalaman, keterlibatan langsung, dan pemahaman mendalam terhadap praktik komunikasi dakwah di lopo kopi. Kriteria informan meliputi beberapa kelompok utama. Pertama, tokoh agama (ustadz atau da'i) yang secara aktif menyampaikan pesan-pesan dakwah dalam konteks informal di lopo kopi. Mereka merupakan aktor utama dalam penyampaian nilai-nilai Islam kepada masyarakat, sehingga pemahaman mereka terhadap strategi komunikasi dakwah sangat krusial untuk digali. Kedua, pemilik atau pengelola lopo kopi, yang secara tidak langsung memfasilitasi ruang komunikasi ini dan memahami dinamika interaksi sosial yang terjadi di tempat mereka. Ketiga, anggota masyarakat atau pengunjung tetap yang rutin hadir dan berpartisipasi dalam diskusi-diskusi dakwah yang berlangsung. Kelompok ini berperan sebagai penerima pesan dakwah dan merupakan representasi masyarakat lokal dalam menginternalisasi ajaran Islam melalui medium tradisional tersebut.¹²²

Pendekatan purposive ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih kaya, mendalam, dan kontekstual karena melibatkan informan yang benar-benar memahami fenomena yang diteliti. Selain itu, pemilihan informan dengan pendekatan ini juga bertujuan untuk menggali berbagai perspektif yang

¹²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 133–135.

saling melengkapi, baik dari sisi penyampai, penyedia ruang, maupun penerima pesan dakwah.¹²³ Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu merepresentasikan realitas sosial yang kompleks mengenai marlopo sebagai media komunikasi dakwah di Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas.

D. Sumber Data

1. Sumber Data Primer (Data Pokok)

Data primer (data utama) merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung dalam bentuk verbal atau ucapan, serta perilaku atau gerakan yang dilakukan oleh subjek penelitian yang dapat dipercaya. Dalam konteks ini, data primer penelitian berkaitan langsung dengan variabel yang sedang diteliti. Sumber data primer adalah sumber yang secara langsung memberikan informasi untuk proses pengumpulan data.¹²⁴

Berdasarkan keterangan di atas, maka data primer dalam penelitian ini adalah 10 orang Ustadz yang berdakwah dan 10 *lopo kopi* disetiap *lopo kopi* di Kawasan masyarakat Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

Table 3.1 Ustadz Marlopo

No	Nama	Keterangan
1.	Amri Rizal Lubis	54 thn – Manombo
2.	Burnang Harahap	49 thn – Binanga
3.	Martua Hasibuan	47 thn – Binanga

¹²³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 132–133.

¹²⁴ “Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 308.”

4.	Mahmudin Ali Syukur Siregar, S.Pd.I	35 thn - Siboris Bahal
5.	Taufik Akbar Hasibuan, M.Pd.I	36 thn - Pasar Binanga
6.	Asrian Efendi Tanjung, S.Pd.I	48 thn – Manombo
7.	Darwin Siregar	45 thn – Bangkudu
8.	Ansyori Hasibuan	48 thn - Pasar Binanga
9.	Mukti Ali Tanjung, S.Ag	50 thn - Janji Manahan
10.	Drs. Bukit Harahap	58 thn - Pasar Binanga

Table 3.1 menunjukkan beberapa sumber data tentang penelitian ini. Dengan menggunakan Purposive sampling, atau juga dikenal sebagai judgmental sampling, adalah salah satu teknik pengambilan sampel dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memilih partisipan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Teknik Purposive Sampling digunakan karena penelitian ini membutuhkan informan yang benar-benar memahami aktivitas dakwah dan interaksi sosial di lopo kopi. Tidak semua masyarakat memiliki pengalaman tersebut, sehingga pemilihan partisipan harus didasarkan pada kriteria tertentu. Informan dipilih karena mereka aktif dalam kegiatan marlopo, memahami budaya komunikasi lokal, memiliki peran sosial atau religius seperti ustadz atau tokoh masyarakat, serta bersedia memberikan data yang mendalam. Dengan kriteria ini, purposive sampling memastikan data yang dikumpulkan relevan, kaya informasi, dan langsung terkait dengan tujuan penelitian.

Teknik ini dilakukan dengan sengaja memilih individu atau kelompok yang diyakini memiliki informasi atau pengalaman yang signifikan terkait dengan topik yang sedang diteliti.

2. Sumber Data Skunder (Data Pelengkap)

Sumber data sekunder adalah data tambahan yang diperlukan dalam penelitian ini, antara lain: konsumen *lopo kopi* (masyarakat yang menghabiskan hari-harinya di *lopo kopi*), pemilik *lopo kopi*, dan masyarakat yang berada disekitar kawasan *lopo kopi* di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

Table 3.2 Sumber Data Sekunder

No	Nama	Keterangan
1.	Syahrudin Harahap	49 thn – Binanga
2.	Riswan Harahap	33 thn - Janji Manahan
3.	Mara soleh Siregar	59 thn- Siboris Bahal
4.	Delitua Hasibuan	51 thn – Manombo
5.	Wildan Satio Harahap	34 thn – Bangkudu
6.	Hotmawati Siregar	54 thn - Siboris Bahal
7.	Rahmad Siregar	34 thn-Pasar Binanga
8.	Dullah Sakti Hasibuan	34 thn – Binanga
9.	Marzuki Rambe	55 thn- Pasar Binanga
10.	Arjun Siregar	33 thn - Aek Tanduk

Table 3.3 Daftar 10 Lopo Kopi dan Lokasinya

No	Nama	Keterangan
1.	Lopo Kopi Manombo Raya	Kampung Manombo
2.	Lopo Kopi Binanga Jaya	Kampung Binanga
3.	Lopo Kopi Sudaak Hasibuan	Kampung Pasar Binanga
4.	Lopo Kopi Saroha Siboris	Kampung Siboris Bahal
5.	Lopo Kopi Tuah Bangkudu	Kampung Bangkudu
6.	Lopo Kopi Janji Manahan Bersatu	Kampung Janji Manahan
7.	Lopo Kopi Naposo Mandiri	Kampung Aek Tanduk
8.	Lopo Kopi Huta Pasar	Kampung Pasar Binanga
9.	Lopo Kopi Sipirok Hasibuan	Kampung Manombo
10.	Lopo Kopi Saba Tondi	Kampung Binanga

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merujuk pada metode-metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik pengumpulan data yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan, yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan yang dilakukan secara sengaja dan sistematis terhadap fenomena sosial serta gejala-gejala psikis, diikuti dengan pencatatan. Sebagai metode pengumpulan data, observasi bisa dilakukan secara spontan atau menggunakan daftar isian yang telah dipersiapkan sebelumnya.¹²⁵

Observasi ialah pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.¹²⁶ Dimana dalam penelitian ini pengambilan data dilakukan dengan mengamati subjek penelitian dan fenomena yang terjadi di lapangan terkait studi kasus *Lopo Kopi* sebagai media komunikasi dakwah di Kawasan masyarakat Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas. Terkait tentang hal ini, peneliti melakukan observasi secara langsung untuk melihat proses komunikasi dakwah oleh Ustadz- Ustadz, Syeikh, dan Alim ‘Ulama di *lopo kopi*. Adapun langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam menggunakan metode observasi ini adalah:

¹²⁵ “Joko Subagyo, Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), hlm. 60-61. 48”

¹²⁶ “Hardani, Metode Penulisan Kualitatif & Kuantitatif, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 124.”

- a. Mengamati keberlangsungan proses komunikasi dakwah di *lopo kopi* sekawasan Kecamatan Brumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.
- b. Mengamati respon dari konsumen *lopo kopi* terhadap dakwah ustad-Ustad, Syeikh, dan Alim ‘Ulama di Kecamatan Brumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.
- c. Mengamati dampak dari dakwah yang di timbulkan oleh dakwah ustad-Ustad, Syeikh, dan Alim ‘Ulama pada *lopo kopi* sekawasan Kecamatan Brumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

Observasi ini dilaksanakan oleh peneliti di pada *lopo kopi* sekawasan Kecamatan Brumun Tengah Kabupaten Padang Lawas. Dengan melakukan obserbasi ini akan timbul interaksi sosial antara peneliti dengan partisipan atau subjek yang diteliti

2. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan yang dilakukan dengan tujuan penggalan informasi tentang fokus penelitian.¹²⁷ Pada wawancara ini peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur yang arah pertanyaannya memberikan peluang kepada informan untuk berargumen dan tidak membatasi hanya menjawab iya atau tidak. Peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan atau pedoman wawancara terkait dengan *lopo kopi* sebagai media komunikasi dakwah di Kawasan masyarakat Kecamatan Brumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

¹²⁷ “Salim dan Syahrums, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), hlm. 119.”

Wawancara adalah metode pengumpulan informasi yang dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan secara lisan, dan mendapatkan jawaban secara lisan pula. Proses wawancara ini dilakukan dengan cara berbicara langsung kepada responden atau informan yaitu: Ustadz - Ustadz, Syeikh, dan Alim ‘Ulama yang berdakwah di *lopo kopi*, konsumen *lopo kopi*, pemilik *lopo kopi*, dan masyarakat yang berada disekitar kawasan *lopo kopi* di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

Langkah-langkah yang diambil peneliti dalam menerapkan teknik wawancara adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun panduan wawancara yang bersifat sementara, mengingat bahwa materi, metode, teknik, serta alat dan fasilitas yang digunakan dalam pedoman tersebut mungkin akan berkembang sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada di lapangan.
- b. Merekam setiap wawancara yang dilakukan menggunakan ponsel, kemudian melakukan pencatatan ulang di rumah setelah kembali dari lokasi penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang menyediakan bukti pendukung yang akurat dalam penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi berupa foto, tulisan, atau arsip data berfungsi sebagai data pendukung yang penting. Data yang dikumpulkan peneliti melalui dokumentasi meliputi:

- a. Profil Lokasi
- b. Letak Geografis
- c. Keadaan Masyarakat

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun hasil data yang diperoleh pada teknik pengumpulan data berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi untuk ditarik kesimpulan. Dalam menginterpretasikan data peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengungkapkan data bersifat kualitatif. Adapun tahap-tahap analisis yang dilakukan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh peneliti dari lapangan jumlahnya akan sangat banyak dan beragam, mencakup data yang memiliki relevansi dengan fokus penelitian ataupun yang tidak berhubungan sama sekali. Data yang memiliki relevansi dengan fokus penelitian kemudian dirangkum, ditujukan pada hal-hal pokok dan diarahkan pada hal yang memiliki korelasi dengan penelitian. Dalam mereduksi data, peneliti berpedoman pada tujuan yang akan dicapai dan fokus penelitiannya yaitu *lopo kopi* sebagai media komunikasi dakwah di Kawasan masyarakat Kecamatan Brumun Tengah Kabupaten Padang Lawas. Agar data dapat terpilah sesuai kebutuhan analisis.

Kegiatan yang dilakukan peneliti dalam mereduksi data antara lain:

- a. Peneliti mengumpulkan semua data dan informasi dari catatan hasil wawancara dan observasi.

- b. Setelah data dan informasi terkumpul, peneliti menyeleksi atau mencari hal-hal yang dianggap penting dari setiap aspek temuan peneliti. Peneliti memilih dan menyeleksi semua data yang diperoleh, sehingga dengan menyeleksi data peneliti bisa mendapatkan data-data yang lebih sederhana dan spesifik.
- c. Peneliti membuang data dan informasi yang tidak relevan dengan fokus penelitian.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah penyajian data. Penyajian data melibatkan analisis dan pemaparan informasi secara keseluruhan dalam bentuk yang lebih sederhana.

Penyajian data dalam penelitian ini yaitu peneliti menyajikan data dari hasil observasi dan wawancara peneliti terhadap Ustadz - Ustadz, Syeikh, dan Alim 'Ulama yang berdakwah di *lopo kopi*, konsumen *lopo kopi*, pemilik *lopo kopi*, dan masyarakat yang berada disekitar kawasan *lopo kopi* di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

3. Kesimpulan

Kesimpulan adalah tahap akhir dalam analisis data, yang melibatkan pemeriksaan ulang dan penilaian apakah data yang dikumpulkan dari lapangan sudah memadai untuk dijadikan sebagai tulisan. Pada tahap ini, peneliti menyimpulkan hasil penelitian dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya. yaitu Bagaimana model komunikasi dakwah di

Lopo Kopi, Bagaimana dinamika komunikasi antarpribadi yang tercipta di *Lopo Kopi*, serta Pesan pesan dakwah apa yang diperbincangkan melalui komunikasi antarpribadi di *Lopo Kopi* sekawasan masyarakat Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

G. Teknik Keabsahan Data

Untuk memastikan keakuratan data yang dikumpulkan dan menghasilkan penelitian yang solid sesuai dengan fakta di lapangan, beberapa metode dapat digunakan untuk memverifikasi keabsahan data, yaitu:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Keterlibatan peneliti sangat krusial dalam proses pengumpulan data. Keterlibatan ini tidak hanya memerlukan waktu yang singkat, tetapi juga membutuhkan waktu yang lebih lama untuk memastikan data yang diperoleh lebih lengkap dan akurat.

2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan dalam penelitian ini bermaksud untuk menemukan ciri-ciri atau unsur-unsur yang relevan dengan persoalan atau isu yang sedang diteliti, lalu memusatkan perhatian pada permasalahan tersebut. Ketekunan pengamatan yang dilakukan peneliti berupa wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara, observasi, dokumentasi, dengan menggunakan kamera Hp, dan alat rekam yang berkaitan dengan yang diteliti.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah metode untuk memverifikasi keabsahan data dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dari berbagai sumber yang berbeda (baik dari segi orang, waktu, maupun tempat).

Teknik triangulasi yang umum digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber tambahan. Lexy J. Moleong mengidentifikasi empat jenis triangulasi yang dapat digunakan sebagai teknik verifikasi, yaitu triangulasi sumber, metode, penyidik, dan teori.

Triangulasi sumber melibatkan perbandingan dan verifikasi derajat kepercayaan suatu informasi dengan memanfaatkan data yang diperoleh dari waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dilakukan dengan cara-cara berikut:¹²⁸

- a. Membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan data lain yang tersedia.
- b. Membandingkan pernyataan yang disampaikan seseorang di hadapan umum dengan apa yang diungkapkannya dalam percakapan pribadi.
- c. Membandingkan metode dan media yang digunakan oleh keluarga biasa dengan yang digunakan oleh individu dengan pendidikan menengah atau tinggi, seperti orang-orang berstatus sosial tinggi atau pegawai pemerintah.

¹²⁸ "Ahmad Nizar Rangkuti, Metode Penelitian Pendidikan (Bandung: Cita Pustaka Media, 2014), hlm. 203."

- d. Membandingkan hasil wawancara dengan informasi yang terdapat dalam dokumen terkait.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kabupaten Padang Lawas (Palas) merupakan salah satu kabupaten di wilayah Tapanuli Bagian Selatan (Tabagsel) Provinsi Sumatera Utara. Secara geografis, Kabupaten Padang Lawas berbatasan dengan Kabupaten Padang Lawas Utara di sebelah utara, Kabupaten Mandailing Natal di sebelah barat, Kabupaten Labuhanbatu dan Provinsi Riau di sebelah timur, serta Kabupaten Tapanuli Selatan di sebelah selatan. Wilayah ini didominasi oleh bentang alam dataran rendah hingga perbukitan, dengan kondisi geografis yang mendukung aktivitas pertanian dan perkebunan sebagai mata pencaharian utama masyarakat.¹²⁹

Dari segi komposisi pendidikan, tingkat pendidikan masyarakat Padang Lawas tergolong beragam. Sebagian besar penduduk menamatkan pendidikan dasar dan menengah, sementara jumlah masyarakat yang mengenyam pendidikan tinggi terus mengalami peningkatan seiring berkembangnya kesadaran akan pentingnya pendidikan formal. Namun demikian, pendidikan nonformal dan pendidikan berbasis kearifan lokal, seperti pengajian dan majelis taklim, masih memiliki peran penting dalam pembentukan karakter dan pemahaman keagamaan masyarakat.

Secara religius, masyarakat Kabupaten Padang Lawas didominasi oleh pemeluk agama Islam. Nilai-nilai keagamaan sangat melekat dalam kehidupan

¹²⁹ Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Lawas, *Kabupaten Padang Lawas Dalam Angka*, Padang Lawas: BPS Kabupaten Padang. https://padanglawaskab.go.id/i/halaman/detail/sejarah?utm_source.com.

sosial masyarakat dan tercermin dalam berbagai aktivitas keseharian, seperti tradisi pengajian, peringatan hari besar Islam, serta budaya *marlopo* di *lopo kopi* yang kerap menjadi ruang diskusi keagamaan. Agama tidak hanya dipahami sebagai ajaran ritual, tetapi juga sebagai pedoman moral dalam kehidupan bermasyarakat.

Dari sisi ekonomi, struktur perekonomian masyarakat Padang Lawas bertumpu pada sektor pertanian, perkebunan, perdagangan kecil, dan usaha mikro. *Lopo kopi* menjadi salah satu bagian penting dari aktivitas ekonomi sekaligus ruang sosial masyarakat. Keberadaan *lopo kopi* tidak hanya berfungsi sebagai tempat usaha, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial dan komunikasi, termasuk penyampaian pesan-pesan dakwah secara informal. Kondisi sosial, ekonomi, dan religius inilah yang menjadi konteks penting dalam penelitian mengenai *lopo kopi* sebagai media komunikasi dakwah di Kabupaten Padang Lawas.¹³⁰

Penelitian ini berfokus pada *Lopo Kopi* sebagai media komunikasi dakwah di Kecamatan Barumon Tengah, Kabupaten Padang Lawas, Provinsi Sumatera Utara. *Lopo kopi* dalam konteks masyarakat Tabagsel merupakan warung kopi tradisional yang bukan hanya berfungsi sebagai tempat menjual minuman dan makanan ringan, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial, tempat bertukar informasi, dan wadah pembentukan nilai-nilai budaya serta keagamaan. Dalam keseharian masyarakat, aktivitas *marlopo* atau duduk bersama di warung kopi telah menjadi tradisi sosial yang melekat dan memiliki makna kultural yang dalam. Tradisi ini tidak hanya menggambarkan gaya hidup masyarakat pedesaan,

¹³⁰ Pemerintah Kabupaten Padang Lawas, *Profil Kabupaten Padang Lawas*, Padang Lawas: Pemerintah Daerah Kabupaten Padang Lawas. https://padanglawaskab.go.id/i/halaman/detail/visi-dan-misi?utm_source.com

melainkan juga menegaskan eksistensi lopo kopi sebagai ruang publik yang hidup dan dinamis, di mana komunikasi interpersonal berlangsung secara alami.¹³¹

Letak dan Batas Wilayah Kecamatan Barumon Tengah merupakan salah satu dari 17 kecamatan di Kabupaten Padang Lawas, Provinsi Sumatera Utara. Wilayah Barumon Tengah menempati bagian ujung dari kabupaten ini, dengan berbatasan langsung dengan KAB. PALUTA, ibu kota kecamatan di Binanga. Luas wilayahnya diperkirakan sekitar 119,40 km².

Batas-batasnya administratif secara umum adalah sebagai berikut:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Halongonan.
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Aek Nabara Barumon.
3. Sebelah timur kemungkinan berbatasan dengan Kecamatan Huristak.
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Portibi.¹³²

Jumlah Desa / Kelurahan Menurut data pemerintah Kabupaten Padang Lawas tahun 2024, Kabupaten Padang Lawas memiliki 17 kecamatan dan 303 desa serta 1 kelurahan. Dari jumlah tersebut, Barumon Tengah sendiri memiliki 21 desa sebagai unit pemerintahan administratif setingkat desa.

Jumlah Penduduk Data sensus dan estimasi penduduk menunjukkan bahwa Kecamatan Barumon Tengah mengalami sedikit fluktuasi:

1. Pada sensus 2020, penduduk Barumon Tengah tercatat 16.307 jiwa.
2. Estimasi pada pertengahan 2024 menempatkan jumlah penduduk di Barumon Tengah menjadi 17.089 jiwa.¹³³

¹³¹ Wikipedia, "Barumon Tengah, Padang Lawas," diakses 17 Oktober 2025, https://id.wikipedia.org/wiki/Barumon_Tengah,_Padang_Lawas

¹³² P2K Stekom, "Barumon Tengah, Padang Lawas," diakses 17 Oktober 2025, https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Barumon_Tengah%2C_Padang_Lawas.

Perubahan ini menunjukkan kenaikan pertumbuhan penduduk di kecamatan tersebut selama beberapa tahun, meskipun laju pertumbuhan mungkin tidak sangat besar.

Interpretasi dan Implikasi Beberapa hal penting yang bisa dipahami dari data di atas adalah:

1. Kepadatan dan karakter wilayah. Dengan luas $\pm 119,40$ km² dan penduduk sekitar 17.000 jiwa, Barumon Tengah memiliki kepadatan sedang. Wilayahnya tidak sangat luas jika dibandingkan beberapa kecamatan lainnya di Kabupaten Padang Lawas (yang ada yang memiliki luas puluhan hingga ratusan km²), tetapi bukan juga wilayah yang sangat kecil. Hal ini mempengaruhi pelayanan publik, infrastruktur, dan mobilitas penduduk.
2. Komposisi desa sebagai unit pemerintahan. Memiliki 21 desa menunjukkan pembagian administratif yang cukup detail, artinya setiap desa kemungkinan memiliki karakteristik sosial, budaya, ekonomi yang mungkin berbeda-beda. Ini penting dalam konteks penelitian komunikasi dakwah karena variasi desa bisa mempengaruhi cara penyampaian pesan, akses terhadap media, dan interaksi sosial.
3. Pertumbuhan penduduk. Kenaikan dari ~16.300 jiwa (2020) menjadi ~17.089 jiwa (2024) tidak menunjukkan lonjakan besar, tetapi menunjukkan pertumbuhan stabil. Stabilitas ini bisa berarti kebutuhan

¹³³ Kodepos.co.id, "Kode Pos Kecamatan Barumon Tengah," diakses 17 Oktober 2025, <https://kodepos.co.id/kodepos/sumatera-utara/kabupaten-padang-lawas/barumon-tengah>.

layanan (pendidikan, agama, kesehatan) harus ditingkatkan secara bertahap untuk mengikuti pertumbuhan penduduk. Untuk kegiatan dakwah, stabilitas demografis ini membuka peluang bahwa metode yang dijalankan bisa bersinergi dan berskala dari desa ke desa.

4. Tantangan geografis dan administrative. Karena batas-batas wilayah kecamatan/desa kadang tidak tegas dalam persepsi masyarakat (misalnya batas desa mengikuti sejarah atau tradisi masyarakat setempat), ada potensi kesulitan dalam identifikasi daerah cakupan dakwah, koordinasi antar desa, dan pembagian tanggung jawab administratif.¹³⁴

Budaya marlopo merupakan tradisi sosial yang telah mengakar kuat dalam kehidupan masyarakat Tapanuli Bagian Selatan (Tabagsel), khususnya di kalangan masyarakat Batak Angkola dan Mandailing. Secara etimologis, kata marlopo berasal dari bahasa Batak Angkola, yaitu awalan mar- yang berarti melakukan aktivitas, dan lopo yang merujuk pada warung kopi tradisional. Dengan demikian, marlopo dimaknai sebagai aktivitas berkumpul dan berbincang di lopo kopi.

Secara historis, budaya marlopo berkembang seiring dengan hadirnya lopo kopi sebagai ruang publik informal di pedesaan Tabagsel. Pada masa lalu, lopo kopi menjadi tempat masyarakat beristirahat setelah bekerja di sawah atau kebun, sekaligus sarana bertukar informasi, membahas persoalan adat, sosial, hingga keagamaan. Tradisi ini terus bertahan hingga kini karena mampu menyesuaikan diri dengan dinamika sosial masyarakat.

¹³⁴ Wikipedia, "Gunung Manaon Ur, Barumon Tengah, Padang Lawas," diakses 17 Oktober 2025, https://id.wikipedia.org/wiki/Gunung_Man_\u00c3\u00f3n_Ur%2C_Barumon_Tengah%2C_Padang_Lawas.

Marlopo tidak sekadar aktivitas minum kopi, tetapi menjadi ruang komunikasi, musyawarah, dan penguatan solidaritas sosial. Oleh karena itu, marlopo memiliki nilai budaya yang penting sebagai sarana interaksi sosial dan pewarisan nilai-nilai lokal di Tabagsel.

Secara geografis, Kecamatan Barumun Tengah merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Padang Lawas yang memiliki karakter masyarakat agraris dan religius. Aktivitas ekonomi masyarakat sebagian besar bertumpu pada sektor pertanian, perdagangan kecil, dan jasa lokal. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat memiliki kebiasaan untuk berkumpul di lopo kopi setelah menyelesaikan aktivitasnya di ladang, pasar, atau kantor. Lopo kopi menjadi ruang alternatif bagi masyarakat untuk berinteraksi, berdiskusi, dan bersilaturahmi. Lebih dari itu, tempat ini sering menjadi arena bagi tokoh masyarakat, ustadz, atau da'i lokal dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang ringan namun bermakna. Inilah yang menjadikan lopo kopi sebagai medium dakwah yang khas, karena dakwah dilakukan melalui komunikasi informal dalam suasana yang egaliter dan akrab.¹³⁵

Sebagai objek penelitian, Lopo Kopi di Barumun Tengah memiliki keunikan tersendiri karena posisinya yang berfungsi ganda: di satu sisi sebagai tempat ekonomi rakyat, dan di sisi lain sebagai ruang sosial-religius. Dalam konteks komunikasi dakwah, lopo kopi tidak menggunakan metode ceramah formal seperti di masjid atau majelis taklim, melainkan menggunakan pola komunikasi interpersonal dan dialogis. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan

¹³⁵ Widiatmaka, Pipit, et al. "Warung Kopi sebagai Ruang Publik untuk Membangun Harmoni Masyarakat Multikultural." *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)* 9.1 (2023): 65-76.

ustadz biasanya terkait dengan nilai-nilai moral, etika sosial, tanggung jawab keluarga, serta persoalan kehidupan sehari-hari yang dikaitkan dengan ajaran Islam. Bentuk komunikasi seperti ini mencerminkan metode dakwah bil hal dan bil hikmah, yang mengedepankan keteladanan dan kearifan lokal.¹³⁶

Dari hasil observasi lapangan, terlihat bahwa suasana lopo kopi sangat cair dan terbuka. Setiap orang bebas berpendapat, berbagi cerita, bahkan berdebat tentang isu sosial, politik, maupun keagamaan. Dalam momen-momen tertentu, diskusi tersebut dapat berubah menjadi forum kecil dakwah yang digerakkan secara spontan oleh seorang ustadz atau tokoh agama yang kebetulan hadir. Bentuk komunikasi seperti ini menggambarkan bahwa dakwah tidak selalu harus dilakukan di tempat ibadah, tetapi bisa juga dilakukan di ruang sosial yang lebih dekat dengan kehidupan masyarakat. Melalui aktivitas marlopo, nilai-nilai Islam disampaikan dengan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami dan sesuai dengan konteks kehidupan lokal.

Dalam konteks sosial budaya, keberadaan lopo kopi memiliki peranan penting dalam mempertahankan nilai-nilai kekeluargaan dan kebersamaan di tengah masyarakat Barumun Tengah. Tempat ini menjadi simbol persaudaraan dan solidaritas sosial. Di sinilah masyarakat saling bertukar informasi, berdiskusi mengenai kebijakan pemerintah daerah, atau bahkan membahas persoalan sosial dan keagamaan yang berkembang. Ustadz atau da'i yang sering datang ke lopo kopi memanfaatkan situasi ini untuk memberikan nasihat dan bimbingan moral

¹³⁶ Ronda, Andi Mirza. *Komunikasi Sosial dan Demokrasi Warung Kopi*. Yayasan Komunikasi Pasca Tiga Belas, 2019.hlm.33.

kepada masyarakat. Dengan demikian, lopo kopi menjadi sarana dakwah kultural yang menjembatani ajaran Islam dengan realitas sosial masyarakat.

Objek penelitian ini juga menarik karena di dalamnya terdapat dinamika komunikasi yang unik antara pelaku dakwah dan masyarakat. Komunikasi dakwah di lopo kopi bersifat dua arah (dialogis), bukan satu arah seperti ceramah formal. Setiap peserta dalam diskusi memiliki kesempatan yang sama untuk berbicara, bertanya, atau bahkan menanggapi pandangan ustadz. Bentuk komunikasi seperti ini menunjukkan bahwa lopo kopi mampu menciptakan ruang demokrasi komunikasi, di mana pesan dakwah disampaikan secara partisipatif dan kontekstual. Hal ini berbeda dengan model dakwah konvensional yang cenderung monologis. Melalui model komunikasi yang partisipatif, pesan dakwah lebih mudah diterima karena disampaikan dalam suasana yang santai dan melalui bahasa lokal yang akrab di telinga masyarakat.¹³⁷

Secara struktural, objek penelitian ini mencakup beberapa lopo kopi di wilayah Barumun Tengah yang menjadi pusat berkumpulnya masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, terdapat beberapa lopo kopi yang rutin menjadi tempat pertemuan para tokoh agama dan masyarakat, seperti Lopo Kopi di Pasar Binanga, Lopo Kopi di Janji Manahan, dan Lopo Kopi di Siboris Bahal. Setiap lopo memiliki karakteristik pengunjung yang berbeda, namun semuanya memiliki fungsi sosial yang sama sebagai ruang interaksi dan pembentukan kesadaran kolektif. Dalam beberapa kesempatan, ustadz yang hadir tidak hanya menyampaikan nasihat keagamaan, tetapi juga mendiskusikan isu

¹³⁷ Widodo, Mardaniel Roikhan, Saipul Hamdi, and I. Dewa Made Satya Parama. "Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Mahasiswa Di Kota Mataram." *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Sosiologi*. Vol. 2. No. 2. 2024.hlm.12.

sosial seperti toleransi, gotong royong, dan pentingnya menjaga ketertiban masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah di lopo kopi mampu beradaptasi dengan kebutuhan sosial dan psikologis masyarakat setempat.¹³⁸

Fenomena ini juga memperlihatkan bagaimana tradisi lokal masyarakat Padang Lawas bersinergi dengan nilai-nilai Islam. Dalam tradisi Batak Angkola-Mandailing, kebersamaan dan musyawarah merupakan nilai yang sangat dijunjung tinggi. *Marlopo* menjadi bentuk nyata dari tradisi itu, dan dakwah di dalamnya adalah bentuk pembeduan nilai-nilai Islam dalam konteks budaya lokal. Dakwah tidak dipaksakan, melainkan tumbuh dari kebiasaan masyarakat sendiri. Dengan demikian, lopo kopi berperan sebagai media komunikasi dakwah berbasis budaya yang efektif, karena pesan-pesan Islam disampaikan dalam konteks yang dekat dengan kehidupan sosial masyarakat.

Dari sisi metodologis, penelitian ini mengangkat lopo kopi sebagai unit analisis yang relevan dengan pendekatan fenomenologi. Melalui pendekatan ini, peneliti berusaha memahami makna komunikasi dakwah sebagaimana dialami oleh pelaku dan partisipan di lopo kopi. Pengalaman, persepsi, dan interaksi yang terjadi di tempat ini menjadi data penting dalam menggambarkan bagaimana nilai-nilai Islam diinternalisasikan secara sosial. Fenomena ini sekaligus memperlihatkan bahwa dakwah tidak terbatas pada ruang sakral, melainkan dapat dilakukan di ruang publik yang penuh dengan dinamika sosial. Dengan demikian, penelitian ini menguatkan pandangan bahwa komunikasi dakwah merupakan aktivitas sosial yang adaptif terhadap konteks budaya dan kebutuhan masyarakat.

¹³⁸ Mawardi, Muhamad Fahri, Aji Mulyana, and Mia Amalia. "Gotong Royong Sebagai Fondasi Moral Budaya: Perspektif Hukum Dan Keharmonisan Sosial." *Prosiding mimbar justitia* 1.1 (2024): 207-232.

Keberadaan lopo kopi sebagai objek penelitian juga menggambarkan bentuk dakwah kultural yang semakin relevan di era modern. Ketika sebagian masyarakat mulai jenuh dengan ceramah formal dan kegiatan dakwah yang kaku, lopo kopi menawarkan pendekatan yang lebih humanis. Dakwah di sini berjalan secara alamiah, tanpa tekanan, dan penuh keakraban. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dakwah yang efektif bukan hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada medium dan konteks sosial tempat pesan itu disampaikan. Lopo kopi, dengan segala kesederhanaannya, mampu menjadi ruang dialog keagamaan yang produktif dan sarana penyebaran nilai-nilai Islam secara damai.¹³⁹

Dengan demikian, gambaran umum objek penelitian ini menunjukkan bahwa Lopo Kopi di Kecamatan Barumon Tengah bukan sekadar tempat ngopi, melainkan ruang sosial dan religius yang memfasilitasi proses komunikasi dakwah secara kultural. Melalui pendekatan yang kontekstual dan partisipatif, dakwah yang dilakukan di lopo kopi menjadi sarana efektif dalam membangun kesadaran keagamaan, memperkuat nilai-nilai sosial, serta memelihara keharmonisan masyarakat Padang Lawas. Fenomena ini memperlihatkan bahwa dakwah yang tumbuh dari budaya lokal memiliki kekuatan tersendiri dalam menjaga keseimbangan antara tradisi, agama, dan kehidupan sosial masyarakat.

¹³⁹ Mukhsinuddin, Mukhsinuddin, Amrizal Hamsa, and Gamal Bargie. "Bisnis dan Dakwah Dalam Tradisi Media (Kopi) di Provinsi Aceh." *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah* 16.2 (2024): 247-261.

B. Temuan Khusus

1. Budaya *Marlopo* di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

Budaya *marlopo* merupakan salah satu tradisi sosial yang masih hidup dan berkembang di Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas. *Marlopo* berasal dari kata dasar *lopo*, yaitu tempat berkumpul seperti warung kopi atau pondok kecil di tepi jalan, dan awalan *mar-* dalam bahasa Batak Angkola-Mandailing yang berarti “melakukan”. Secara harfiah, *marlopo* berarti “berkumpul di *lopo*” atau “melakukan aktivitas di warung kopi”.¹⁴⁰ Namun dalam konteks masyarakat Barumun Tengah, makna *marlopo* lebih luas daripada sekadar aktivitas minum kopi; *marlopo* adalah simbol kehidupan sosial yang mengandung makna interaksi, kebersamaan, dan musyawarah yang telah mengakar dalam struktur budaya masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ustadz Amri Rizal Lubis menyatakan bahwa:

“*Marlopo* bukan sekadar kebiasaan harian untuk mengisi waktu luang, tetapi sudah menjadi bagian penting dalam siklus sosial masyarakat. Mereka menjelaskan bahwa hampir setiap pagi dan sore, masyarakat dari berbagai latar belakang petani, pedagang, pegawai, hingga tokoh agama akan berkumpul di *lopo* untuk berbincang. Topik pembicaraan pun beragam, mulai dari urusan pertanian, harga hasil panen, berita politik, hingga isu keagamaan. Dalam suasana santai ini, tercipta ruang komunikasi sosial yang egaliter, di mana tidak ada hierarki yang kaku antara yang tua dan muda, antara tokoh agama dan masyarakat biasa. Semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk bersuara”.¹⁴¹

¹⁴⁰ Widodo, Mardaniel Roikhan, Saipul Hamdi, and I. Dewa Made Satya Parama. "Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Mahasiswa Di Kota Mataram." *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Sosiologi*. Vol. 2. No. 2. 2024.hlm.12.

¹⁴¹ Amri Rizal Lubis, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 14.00 WIB).

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat dengan wawancara bersama ustadz Amri Rizal Lubis, dapat disimpulkan bahwa aktivitas marlopo berfungsi sebagai ruang komunikasi sosial yang hidup dan dinamis. Peneliti mengamati bahwa lopo kopi menjadi tempat berkumpul rutin masyarakat pada pagi dan sore hari, dengan latar belakang sosial yang beragam. Suasana santai dan nonformal memungkinkan terjadinya interaksi yang terbuka dan egaliter. Dalam kondisi tersebut, pesan-pesan keagamaan dapat disampaikan secara alami tanpa paksaan. Marlopo dengan demikian berperan sebagai media komunikasi kultural yang efektif dalam membangun kedekatan sosial dan memperkuat nilai kebersamaan masyarakat.¹⁴²

Ustadz Martua Hasibuan menyatakan bahwa:

“Budaya marlopo telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat di wilayah Tapanuli Bagian Selatan. Menurutnya, marlopo bukan sekadar kebiasaan minum kopi, melainkan ruang sosial tempat masyarakat saling berinteraksi, berbagi informasi, dan mempererat hubungan kekeluargaan. Ia menyampaikan bahwa sejak dahulu lopo kopi berfungsi sebagai tempat musyawarah informal, diskusi adat, hingga pembicaraan keagamaan. Martua Hasibuan menegaskan bahwa hingga saat ini, marlopo tetap relevan karena mampu menjadi wadah komunikasi yang terbuka dan egaliter bagi masyarakat dari berbagai latar belakang”.¹⁴³

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat dengan keterangan Ustadz Martua Hasibuan, terlihat bahwa budaya marlopo memiliki peran sentral dalam kehidupan sosial masyarakat Tapanuli Bagian Selatan. Peneliti mengamati bahwa lopo kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat minum kopi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang intens dan berkelanjutan. Di

¹⁴² Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁴³ Martua Hasibuan, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 14.00 WIB).

dalamnya berlangsung pertukaran informasi, musyawarah informal, serta diskusi adat dan keagamaan. Suasana yang terbuka dan egaliter menjadikan lopo kopi sebagai media komunikasi yang efektif, sehingga budaya marlopo tetap relevan dan diterima oleh masyarakat dari berbagai latar belakang sosial hingga saat ini.¹⁴⁴

Menurut ustadz Burnang Harahap bahwa:

“Aktivitas marlopo menjadi sarana penting untuk menjaga hubungan sosial di antara warga. Mereka menuturkan bahwa jika seseorang jarang terlihat di lopo, masyarakat akan bertanya-tanya, bahkan khawatir apakah ia sedang sakit atau mengalami masalah. Hal ini menunjukkan bahwa marlopo memiliki fungsi sosial sebagai mekanisme kontrol dan kepedulian kolektif. Lopo bukan hanya tempat minum kopi, tetapi juga wadah untuk memperkuat solidaritas sosial dan mempererat rasa kebersamaan antarwarga. Tradisi ini telah diwariskan secara turun-temurun dan menjadi simbol keterikatan sosial yang kuat di masyarakat Barumun Tengah”.¹⁴⁵

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang didukung oleh keterangan Ustadz Burnang Harahap, aktivitas marlopo terbukti memiliki fungsi sosial yang sangat kuat dalam kehidupan masyarakat Barumun Tengah. Peneliti mengamati bahwa kehadiran seseorang di lopo kopi menjadi indikator penting keterlibatan sosialnya. Ketidakhadiran yang berulang sering menimbulkan perhatian dan kepedulian warga terhadap kondisi individu tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa marlopo berperan sebagai mekanisme kontrol sosial yang bersifat informal. Selain itu, lopo kopi menjadi ruang penguatan solidaritas dan

¹⁴⁴ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁴⁵ Burnang Harahap, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 18 Oktober 2025. Pukul 17.00 WIB).

kebersamaan yang diwariskan secara turun-temurun sebagai simbol ikatan sosial masyarakat setempat.¹⁴⁶

Darwin Siregar bahwa:

“Lopo kopi memiliki peran penting dalam membentuk pola komunikasi masyarakat di Tapanuli Bagian Selatan. Menurutnya, lopo kopi menjadi ruang terbuka bagi masyarakat untuk berdiskusi secara santai namun bermakna, baik mengenai persoalan sosial, ekonomi, maupun keagamaan. Ia menjelaskan bahwa suasana yang tidak formal membuat masyarakat lebih terbuka dalam menyampaikan pendapat dan menerima nasihat, termasuk pesan-pesan dakwah. Darwin Siregar menilai bahwa budaya marlopo mampu menciptakan kedekatan emosional antarwarga sehingga komunikasi yang terjadi menjadi lebih efektif dan mudah diterima oleh masyarakat”.¹⁴⁷

Dari hasil observasi peneliti, lopo biasanya berlokasi di tempat strategis seperti di pinggir jalan utama, dekat pasar, atau di tengah perkampungan. Lopo sering kali dibangun secara sederhana dengan dinding papan dan atap seng, serta meja kayu panjang yang dikelilingi kursi plastik. Namun kesederhanaannya justru menjadi daya tarik tersendiri karena memberi kesan akrab dan terbuka. Dalam suasana seperti ini, setiap individu dapat mengekspresikan pendapatnya tanpa rasa takut. *Marlopo* menjadi ruang publik yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi aktif dalam membentuk opini sosial, membahas masalah desa, bahkan mengambil keputusan informal yang berpengaruh terhadap kehidupan bersama.

¹⁴⁶ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumon Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁴⁷ Darwin Siregar, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumon Tengah Kabupaten Padang Lawas, 18 Oktober 2025. Pukul 17.00 WIB).

Ustadz Taufik Akbar Hasibuan, menjelaskan bahwa:

“Lopo kopi memiliki fungsi kultural yang penting dalam membangun nilai-nilai keislaman di tengah masyarakat. Menurutnya, banyak tokoh agama atau ustadz lokal yang memanfaatkan lopo sebagai tempat berdakwah dengan cara yang sederhana dan tidak menggurui. Dakwah tidak dilakukan dalam bentuk ceramah formal, melainkan dalam obrolan ringan yang menyentuh kehidupan sehari-hari. Misalnya, ustadz akan menasihati tentang pentingnya kejujuran dalam berdagang atau mengingatkan masyarakat agar menjaga shalat berjamaah. Bentuk dakwah seperti ini, menurut Taufik Akbar, lebih mudah diterima karena disampaikan dengan bahasa lokal dan dalam suasana yang santai.¹⁴⁸

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh penjelasan Ustadz Taufik Akbar Hasibuan, lopo kopi memiliki fungsi kultural yang signifikan dalam penanaman nilai-nilai keislaman di tengah masyarakat. Peneliti mengamati bahwa lopo kopi sering dimanfaatkan oleh ustadz lokal sebagai ruang dakwah nonformal. Penyampaian pesan keagamaan dilakukan melalui percakapan santai yang kontekstual dengan kehidupan sehari-hari, seperti nasihat tentang kejujuran dan pentingnya shalat berjamaah. Pendekatan ini membuat dakwah lebih mudah diterima karena menggunakan bahasa lokal dan berlangsung dalam suasana yang akrab dan egaliter.¹⁴⁹

Ustadz Mahmudin Ali Syukur Siregar menambahkan bahwa:

“*Marlopo* juga berfungsi sebagai media pertukaran informasi keagamaan dan sosial. Kadang ada masyarakat yang menyampaikan kabar tentang kegiatan pengajian, jadwal peringatan hari besar Islam, atau bantuan sosial yang akan datang. Dengan demikian, lopo menjadi simpul informasi yang efektif di tengah masyarakat yang sebagian besar bekerja di sektor informal dan tidak selalu aktif mengikuti informasi melalui media digital.

¹⁴⁸ Taufik Akbar Hasibuan, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 18 Oktober 2025. Pukul 16.00 WIB).

¹⁴⁹ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

Marlopo, dalam konteks ini, merupakan ruang komunikasi tradisional yang berperan melengkapi peran media modern”.¹⁵⁰

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh keterangan Ustadz Mahmudin Ali Syukur Siregar, aktivitas *marlopo* tidak hanya berfungsi sebagai ruang interaksi sosial, tetapi juga sebagai media pertukaran informasi keagamaan dan sosial yang efektif. Peneliti mengamati bahwa *lopo kopi* sering menjadi tempat masyarakat saling menyampaikan informasi terkait kegiatan pengajian, jadwal peringatan hari besar Islam, serta program bantuan sosial yang akan dilaksanakan. Fungsi ini sangat penting, mengingat sebagian besar masyarakat bekerja di sektor informal dan tidak selalu memiliki akses atau keterlibatan aktif terhadap media digital. Dalam konteks tersebut, *lopo kopi* berperan sebagai simpul komunikasi tradisional yang menjembatani kebutuhan informasi masyarakat. *Marlopo* menjadi ruang komunikasi yang melengkapi peran media modern, karena informasi disampaikan secara langsung, cepat, dan dapat segera ditanggapi melalui diskusi bersama. Dengan demikian, *marlopo* berkontribusi besar dalam menjaga keterhubungan sosial dan keberlanjutan informasi di tengah masyarakat Barumun Tengah.¹⁵¹

Informan lain, ustadz Asrian Efendi Tanjung, memandang bahwa:

“*Marlopo* sebagai sarana pembelajaran sosial yang tidak tertulis. Di *lopo*, para orang tua sering memberikan petuah kepada generasi muda tentang etika bergaul, pentingnya kerja keras, dan nilai-nilai kearifan lokal. Interaksi ini berlangsung alami tanpa format resmi, tetapi justru efektif dalam mentransfer nilai-nilai moral dan budaya. *Marlopo* menjadi semacam “sekolah sosial” di mana masyarakat belajar melalui dialog dan

¹⁵⁰ Mahmudin Ali Syukur Siregar, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 18 Oktober 2025. Pukul 10.00 WIB).

¹⁵¹ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

keteladanan. Tradisi ini menegaskan bahwa komunikasi di masyarakat Barumun Tengah tidak hanya bersifat instrumental, tetapi juga edukatif dan normatif.¹⁵²

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh pandangan Ustadz Asrian Efendi Tanjung, marlopo berfungsi sebagai sarana pembelajaran sosial yang bersifat nonformal. Peneliti mengamati bahwa di lopo kopi sering terjadi proses transfer nilai antara generasi tua dan muda melalui petuah, nasihat, dan keteladanan. Nilai-nilai seperti etika pergaulan, kerja keras, serta kearifan lokal disampaikan secara alami tanpa format resmi. Proses ini menjadikan marlopo sebagai “sekolah sosial” yang efektif. Dengan demikian, komunikasi yang berlangsung tidak hanya bersifat instrumental, tetapi juga edukatif dan normatif dalam membentuk karakter masyarakat Barumun Tengah.¹⁵³

Sementara itu, ustadz Bukit Harahap menilai bahwa:

“*Marlopo* memiliki dimensi spiritual yang kuat. Menurutnya, diskusi di lopo sering kali berujung pada refleksi keagamaan, seperti membahas hikmah kehidupan, pentingnya bersyukur, atau bahkan mengingatkan kematian. Dalam hal ini, lopo bukan sekadar tempat sosial, tetapi juga menjadi ruang kontemplatif di mana nilai-nilai Islam disampaikan secara halus. Ia mencontohkan, ketika ada warga yang mengalami musibah, topik itu dibicarakan di lopo sebagai pelajaran bersama agar masyarakat lebih sabar dan tawakal. Bentuk komunikasi seperti ini memperlihatkan bagaimana budaya marlopo telah menjadi wadah penyebaran nilai-nilai dakwah yang menyatu dengan keseharian masyarakat”.¹⁵⁴

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh pandangan Ustadz Asrian Efendi Tanjung, marlopo berfungsi sebagai sarana

¹⁵² Asrian Efendi Tanjung, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 19 Oktober 2025. Pukul 14.00 WIB).

¹⁵³ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁵⁴ Bukit Harahap, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 14.00 WIB).

pembelajaran sosial yang bersifat nonformal. Peneliti mengamati bahwa di lopo kopi sering terjadi proses transfer nilai antara generasi tua dan muda melalui petuah, nasihat, dan keteladanan. Nilai-nilai seperti etika pergaulan, kerja keras, serta kearifan lokal disampaikan secara alami tanpa format resmi. Proses ini menjadikan marlopo sebagai “sekolah sosial” yang efektif. Dengan demikian, komunikasi yang berlangsung tidak hanya bersifat instrumental, tetapi juga edukatif dan normatif dalam membentuk karakter masyarakat Barumun Tengah.¹⁵⁵

Berdasarkan wawancara dengan informan sekunder seperti mad’u Syahrudin Harahap dan Rahmad Siregar bahwa:

“Tradisi *marlopo* di Barumun Tengah memiliki variasi antara desa satu dengan yang lain. Di daerah Binanga dan Pasar Binanga, lopo cenderung lebih ramai dan aktif karena berdekatan dengan pusat ekonomi dan pemerintahan kecamatan. Sementara di desa seperti Manombo atau Siboris Bahal, *marlopo* biasanya dilakukan di sore hari setelah masyarakat selesai bekerja di ladang. Meski berbeda dalam intensitas, makna sosialnya tetap sama: memperkuat rasa persaudaraan dan menjadi media komunikasi masyarakat desa”¹⁵⁶

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh wawancara dengan informan sekunder, yaitu mad’u Syahrudin Harahap dan Rahmad Siregar, ditemukan adanya variasi praktik marlopo antar desa di wilayah Barumun Tengah. Peneliti mengamati bahwa di wilayah Binanga dan Pasar Binanga, aktivitas marlopo berlangsung lebih ramai karena kedekatannya dengan pusat ekonomi dan pemerintahan kecamatan. Sementara itu, di desa Manombo

¹⁵⁵ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁵⁶ Syahrudin Harahap dan Rahmad Siregar, wawancara dari mad’u (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 16.00 WIB).

dan Siboris Bahal, marlopo umumnya dilakukan pada sore hari setelah masyarakat menyelesaikan pekerjaan di ladang. Meskipun berbeda dalam intensitas dan waktu pelaksanaan, marlopo tetap memiliki makna sosial yang sama sebagai media komunikasi dan penguat rasa persaudaraan masyarakat desa.¹⁵⁷

Berdasarkan observasi terhadap interaksi di lopo, terdapat struktur komunikasi yang khas. Biasanya terdapat satu atau dua orang yang berperan sebagai pembuka percakapan atau pemantik diskusi. Mereka inilah yang sering menjadi juru bicara tidak resmi dalam masyarakat. Dalam konteks ini, marlopo juga mencerminkan bentuk kepemimpinan sosial yang tumbuh secara organik. Tokoh-tokoh ini tidak ditunjuk secara formal, namun dihormati karena pengaruh dan kebijaksanaannya dalam berdiskusi. Fenomena ini menunjukkan adanya dinamika sosial yang hidup dan demokratis, di mana kepemimpinan dan pengaruh dibangun berdasarkan partisipasi dan komunikasi, bukan kekuasaan formal.

Selain sebagai media sosial, marlopo juga berperan penting dalam menjaga stabilitas sosial masyarakat. Ustadz Mukti Ali Tanjung menuturkan bahwa:

“Lopo sering menjadi tempat penyelesaian masalah ringan antarwarga sebelum dibawa ke lembaga adat atau pemerintahan desa. Misalnya, perselisihan kecil, kesalahpahaman antar tetangga, atau masalah pemuda sering diselesaikan melalui musyawarah santai di lopo. Proses ini menunjukkan bahwa *marlopo* juga berfungsi sebagai mekanisme resolusi konflik sosial berbasis musyawarah. Dengan demikian, lopo tidak hanya memperkuat hubungan sosial, tetapi juga menjadi alat menjaga harmoni dalam komunitas”.¹⁵⁸

¹⁵⁷ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁵⁸ Mukti Ali Tanjung, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 09.00 WIB).

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh penuturan Ustadz Mukti Ali Tanjung, marlopo tidak hanya berfungsi sebagai media sosial, tetapi juga berperan penting dalam menjaga stabilitas sosial masyarakat. Peneliti mengamati bahwa lopo kopi sering menjadi ruang awal penyelesaian persoalan ringan antarwarga melalui musyawarah santai. Perselisihan kecil dan kesalahpahaman dapat diselesaikan secara kekeluargaan sebelum berkembang menjadi konflik yang lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa marlopo berfungsi sebagai mekanisme resolusi konflik sosial yang berbasis dialog dan mufakat, sehingga turut menjaga keharmonisan dan ketertiban dalam komunitas masyarakat Barumun Tengah.¹⁵⁹

Temuan lain yang diperoleh dari Wildan Satio Harahap dan Delitua Hasibuan menunjukkan bahwa:

“Dalam perkembangan zaman, budaya *marlopo* tetap bertahan meski masyarakat mulai mengenal media sosial dan teknologi komunikasi modern. Menurut mereka, banyak anak muda yang kini tetap datang ke lopo bukan hanya untuk minum kopi, tetapi untuk berdiskusi atau sekadar berbagi cerita. Bahkan, mereka kadang menggunakan ponsel di lopo untuk mengakses berita dan kemudian membahasnya bersama. Fenomena ini memperlihatkan bahwa marlopo mengalami adaptasi kultural: ruang tradisional yang tetap hidup di era digital. Ini membuktikan bahwa lopo memiliki daya lentur yang tinggi dalam menghadapi perubahan zaman tanpa kehilangan nilai-nilai dasarnya”.¹⁶⁰

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh keterangan Wildan Satio Harahap dan Delitua Hasibuan, budaya marlopo menunjukkan kemampuan adaptasi yang kuat terhadap perkembangan zaman.

¹⁵⁹ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁶⁰ Wildan Satio Harahap dan Delitua Hasibuan, wawancara dari mad'u (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 16.00 WIB).

Peneliti mengamati bahwa meskipun masyarakat, khususnya generasi muda, telah akrab dengan media sosial dan teknologi digital, lopo kopi tetap menjadi ruang pertemuan yang diminati. Anak muda tidak hanya datang untuk minum kopi, tetapi juga berdiskusi dan berbagi informasi yang diakses melalui ponsel. Fenomena ini menunjukkan bahwa marlopo mengalami adaptasi kultural sebagai ruang tradisional yang tetap hidup di era digital tanpa kehilangan nilai sosial dasarnya.¹⁶¹

Analisis terhadap temuan-temuan di atas menunjukkan bahwa *marlopo* di Kecamatan Barumun Tengah tidak dapat dipahami hanya sebagai tradisi rekreatif, melainkan sebagai institusi sosial yang memiliki fungsi multidimensi: sosial, kultural, edukatif, dan religius. Dalam kerangka teori komunikasi, aktivitas *marlopo* dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), di mana interaksi tatap muka berperan penting dalam membentuk persepsi, sikap, dan nilai bersama. Pada saat yang sama, fenomena *marlopo* juga sejalan dengan teori ruang publik Jürgen Habermas, yang menekankan pentingnya ruang-ruang informal dalam pembentukan opini dan kesadaran sosial masyarakat. Lopo kopi menjadi *public sphere* lokal di mana masyarakat dapat berdialog bebas tanpa dominasi otoritas formal, dan dari sana lahir solidaritas sosial yang memperkuat kohesi komunitas.

Dalam konteks dakwah, budaya *marlopo* memberikan kontribusi besar terhadap penyebaran nilai-nilai Islam di masyarakat pedesaan. Dengan pendekatan

¹⁶¹ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

komunikasi yang akrab, ustadz dan tokoh agama dapat menyampaikan pesan moral secara lebih efektif. Suasana egaliter di lopo memungkinkan dakwah berlangsung dalam bentuk dialog, bukan monolog. Hal ini memperlihatkan model dakwah kultural yang sesuai dengan karakter masyarakat lokal dakwah yang membumi, menyejukkan, dan partisipatif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa budaya *marlopo* di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas adalah cerminan identitas sosial yang sarat nilai kemanusiaan dan keagamaan. Ia tidak hanya memperkuat hubungan antarindividu, tetapi juga menjadi media efektif untuk menanamkan nilai-nilai Islam, memperkuat solidaritas sosial, dan menjaga harmoni masyarakat. Dalam dinamika modernisasi yang terus berlangsung, *marlopo* tetap menjadi simbol ketahanan budaya lokal yang mampu menyesuaikan diri tanpa kehilangan esensinya: kebersamaan, musyawarah, dan komunikasi yang beradab.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi lapangan, peneliti menemukan bahwa budaya *marlopo* di Kecamatan Barumun Tengah merupakan praktik sosial yang hidup, dinamis, dan memiliki fungsi multidimensional. *Marlopo* tidak hanya dimaknai sebagai kebiasaan minum kopi, tetapi sebagai ruang komunikasi sosial, kultural, dan keagamaan yang terintegrasi dalam kehidupan masyarakat. Lopo kopi menjadi tempat bertemunya berbagai lapisan sosial petani, pedagang, pemuda, hingga tokoh agama dalam suasana yang egaliter dan nonformal.

Secara sosiologis, temuan ini sejalan dengan teori interaksionisme simbolik (George Herbert Mead) yang memandang bahwa makna sosial dibangun melalui interaksi sehari-hari.¹⁶² Dalam praktik marlopo, makna kebersamaan, solidaritas, dan kepedulian sosial dibentuk melalui dialog, musyawarah, dan kebiasaan berkumpul yang berulang. Lopo menjadi simbol ruang publik tempat nilai-nilai sosial dinegosiasikan dan diwariskan antar generasi.

Marlopo juga berfungsi sebagai media komunikasi tradisional, sebagaimana dikemukakan dalam teori komunikasi budaya. Informasi sosial dan keagamaan, seperti kegiatan pengajian, penyelesaian konflik ringan, hingga nasihat moral, disampaikan secara lisan dan kontekstual. Hal ini menunjukkan bahwa marlopo berperan sebagai saluran komunikasi yang melengkapi media modern, khususnya di masyarakat dengan keterbatasan akses digital.

Dari perspektif teori fungsionalisme struktural (*Talcott Parsons*), marlopo berkontribusi dalam menjaga stabilitas sosial.¹⁶³ Fungsi adaptasi, integrasi, dan pemeliharaan pola nilai tercermin dalam peran lopo sebagai ruang resolusi konflik, penguatan norma, serta pembinaan moral masyarakat. Budaya marlopo terbukti mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa kehilangan nilai dasarnya, sehingga tetap relevan di tengah perubahan sosial.

Budaya marlopo di Barumun Tengah merupakan institusi sosial-kultural lokal yang berperan penting dalam membangun kohesi sosial, komunikasi

¹⁶² George Herbert Mead, *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist*, Cet. I, (Chicago: University of Chicago Press, 1934), h. 152.

¹⁶³ Talcott Parsons, *The Social System*, Cet. I, (New York: The Free Press, 1951), h. 36.

keagamaan, dan keberlanjutan nilai-nilai kearifan lokal masyarakat Padang Lawas.

2. Ustadz Memanfaatkan Lopo Kopi Sebagai Sarana Dakwah Bagi Masyarakat Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

Dakwah dalam konteks masyarakat Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas tidak hanya berlangsung di masjid, surau, atau majelis taklim, melainkan juga berkembang dalam ruang-ruang sosial informal seperti lopo kopi. Ustadz di daerah ini memanfaatkan keberadaan lopo kopi sebagai medium dakwah yang efektif, dengan memadukan komunikasi kultural dan pendekatan sosial yang akrab. Fenomena ini menggambarkan bahwa dakwah tidak harus dilakukan secara formal dengan ceramah di podium, melainkan dapat hadir dalam keseharian masyarakat melalui percakapan sederhana yang penuh makna. Lopo kopi menjadi jembatan antara ruang sosial dan ruang spiritual, tempat di mana nilai-nilai Islam disampaikan secara kontekstual, santai, namun tetap substansial.

Hasil wawancara dengan ustadz Mahmudin Ali Syukur Siregar, dan ustadz

Taufik Akbar Hasibun menunjukkan bahwa:

“Lopo kopi telah lama dimanfaatkan oleh para ustadz sebagai sarana dakwah kultural. Menurut mereka, masyarakat Barumun Tengah lebih mudah menerima pesan-pesan agama ketika disampaikan dengan bahasa lokal dan dalam suasana yang tidak kaku. Lopo menjadi ruang sosial yang sangat ideal karena di sinilah masyarakat berkumpul setiap hari, baik pagi maupun sore, untuk berbagi cerita, berdiskusi, dan bersilaturahmi. Dalam konteks ini, ustadz hadir bukan sebagai pengkhotbah, tetapi sebagai bagian dari masyarakat yang ikut marlopo, minum kopi bersama, mendengar

keluh kesah warga, dan menyisipkan nilai-nilai dakwah di sela-sela obrolan ringan.¹⁶⁴

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh wawancara dengan Ustadz Mahmudin Ali Syukur Siregar dan Ustadz Taufik Akbar Hasibuan, lopo kopi terbukti menjadi sarana dakwah kultural yang efektif di Barumun Tengah. Peneliti mengamati bahwa penyampaian pesan keagamaan dilakukan secara nonformal dengan menggunakan bahasa lokal dan suasana yang santai. Kehadiran ustadz di lopo tidak bersifat menggurui, melainkan menyatu sebagai bagian dari masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan terjalinnya komunikasi yang akrab, sehingga nilai-nilai dakwah dapat disampaikan secara alami dan mudah diterima oleh masyarakat.¹⁶⁵

Menurut ustadz Mukti Ali Tanjung bahwa:

“Bentuk dakwah di lopo kopi bukan berupa ceramah panjang, melainkan percakapan yang spontan namun bernuansa moral dan keagamaan. Misalnya, ketika masyarakat membicarakan kenaikan harga bahan pokok atau masalah pertanian, ustadz akan mengaitkannya dengan nilai kesabaran, kejujuran, dan keikhlasan dalam Islam. Ketika ada perbincangan tentang perilaku sosial atau politik, ustadz akan mengingatkan pentingnya keadilan dan tanggung jawab sebagai umat beriman. Dengan cara ini, pesan-pesan Islam disampaikan secara alami tanpa membuat pendengar merasa digurui. Dakwah menjadi bagian dari percakapan sosial, bukan ritual keagamaan yang terpisah dari kehidupan sehari-hari.¹⁶⁶

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh penjelasan Ustadz Mukti Ali Tanjung, bentuk dakwah yang berlangsung di lopo

¹⁶⁴ Mahmudin Ali Syukur Siregar & Taufik Akbar Hasibuan, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 18 Oktober 2025. Pukul 10.00 & 16.00 WIB).

¹⁶⁵ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁶⁶ Mukti Ali Tanjung, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 09.00 WIB).

kopi bersifat kontekstual dan dialogis. Peneliti mengamati bahwa pesan-pesan keagamaan tidak disampaikan melalui ceramah formal, melainkan melalui percakapan spontan yang terkait langsung dengan persoalan sehari-hari masyarakat. Nilai-nilai Islam seperti kesabaran, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab disisipkan secara alami dalam diskusi sosial. Pendekatan ini menjadikan dakwah menyatu dengan kehidupan masyarakat, sehingga lebih mudah diterima dan tidak menimbulkan kesan menggurui.¹⁶⁷

Ustadz Asrian Efendi Tanjung menegaskan bahwa:

“Dakwah di lopo kopi menuntut kemampuan komunikasi interpersonal yang tinggi. Seorang ustadz harus pandai menyesuaikan bahasa dan gaya bicara agar tidak menimbulkan jarak psikologis dengan jamaahnya. Ia menjelaskan bahwa ustadz yang disegani bukanlah yang banyak bicara, melainkan yang mampu mendengarkan dan menanggapi dengan empati. Dalam budaya *marlopo*, orang-orang ingin berbicara setara; mereka tidak menyukai ceramah yang bernada menggurui. Karena itu, ustadz yang hadir di lopo harus terlebih dahulu membaur sebagai bagian dari komunitas, kemudian menyisipkan nilai-nilai dakwah secara halus dan komunikatif”.¹⁶⁸

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh penegasan Ustadz Asrian Efendi Tanjung, dakwah di lopo kopi menuntut keterampilan komunikasi interpersonal yang tinggi. Peneliti mengamati bahwa efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan ustadz dalam menyesuaikan bahasa dan gaya komunikasi dengan jamaah. Pendekatan yang empatik dan dialogis lebih diterima dibandingkan ceramah yang bersifat menggurui. Dalam budaya *marlopo* yang egaliter, ustadz harus membaur sebagai

¹⁶⁷ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁶⁸ Asrian Efendi Tanjung, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 19 Oktober 2025. Pukul 14.00 WIB).

bagian dari komunitas sebelum menyampaikan pesan keagamaan. Pendekatan ini menjadikan dakwah berlangsung secara halus, komunikatif, dan bermakna bagi masyarakat.¹⁶⁹

Bentuk komunikasi ini sesuai dengan prinsip dakwah bil hikmah dakwah dengan kebijaksanaan dan kelembutan yang diajarkan dalam Al-Qur'an (QS. An-Nahl: 125).

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

“Serulah manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah⁴²⁴

petunjuk”.

Sementara itu, ustadz Bukit Harahap menjelaskan bahwa:

“Fungsi dakwah di lopo kopi lebih luas daripada sekadar menyampaikan pesan keagamaan. Lopo kopi juga menjadi tempat pembinaan moral masyarakat, terutama bagi generasi muda. Ia menuturkan bahwa banyak pemuda yang sering nongkrong di lopo, dan kehadiran ustadz di sana menjadi pengaruh positif untuk mengarahkan perilaku mereka. Ustadz biasanya memulai percakapan dengan topik umum, seperti olahraga atau pekerjaan, lalu perlahan mengalihkan pembicaraan pada hal-hal bernilai spiritual. Misalnya, mengingatkan pentingnya shalat tepat waktu, menjauhi maksiat, atau menjaga hubungan baik dengan orang tua. Cara ini dinilai lebih efektif daripada menasihati secara langsung, karena pesan dakwah tersampaikan melalui hubungan sosial yang akrab”¹⁷¹.

¹⁶⁹ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁷⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : CV. Diponogoro, 2005) hlm.10.

¹⁷¹ Bukit Harahap, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 14.00 WIB).

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh penegasan Ustadz Asrian Efendi Tanjung, dakwah di lopo kopi menuntut keterampilan komunikasi interpersonal yang tinggi. Peneliti mengamati bahwa efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan ustadz dalam menyesuaikan bahasa dan gaya komunikasi dengan jamaah. Pendekatan yang empatik dan dialogis lebih diterima dibandingkan ceramah yang bersifat menggurui. Dalam budaya marlopo yang egaliter, ustadz harus membaur sebagai bagian dari komunitas sebelum menyampaikan pesan keagamaan. Pendekatan ini menjadikan dakwah berlangsung secara halus, komunikatif, dan bermakna bagi masyarakat.¹⁷²

Hasil wawancara dengan Arjun Siregar dan menunjukkan bahwa:

“Masyarakat setempat sangat menghargai ustadz yang mau turun langsung ke ruang sosial seperti lopo. Mereka menilai ustadz semacam itu lebih membumi dan memahami kehidupan masyarakat. Burnang menyebut, “Kalau ustadz mau datang ke lopo, itu tanda dia tidak membeda-bedakan orang. Kami jadi segan tapi juga senang, karena dakwahnya terasa dekat.” Pernyataan ini menegaskan bahwa dakwah di lopo kopi bukan hanya soal penyampaian pesan agama, tetapi juga tentang membangun kedekatan sosial dan kepercayaan (trust) antara ulama dan masyarakat”.¹⁷³

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh wawancara dengan Arjun Siregar, terlihat bahwa masyarakat Barumun Tengah sangat menghargai kehadiran ustadz yang aktif turun ke ruang sosial seperti lopo kopi. Peneliti mengamati bahwa ustadz yang membaur bersama masyarakat dinilai lebih membumi dan memahami realitas kehidupan warga. Kehadiran tersebut menumbuhkan rasa segan sekaligus kedekatan emosional. Hal ini

¹⁷² Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁷³ Arjun Siregar, wawancara dari mad'u (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 16.00 WIB).

menunjukkan bahwa dakwah di lopo kopi tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga pada upaya membangun relasi sosial dan kepercayaan antara ulama dan masyarakat.¹⁷⁴

Ustadz Amri Rizal Lubis menambahkan bahwa:

“Kehadiran ustadz di lopo kopi telah membawa perubahan positif dalam kehidupan sosial masyarakat. Menurutnya, setelah ada kebiasaan dakwah di lopo, obrolan masyarakat menjadi lebih terarah dan bermanfaat. Jika sebelumnya topik obrolan didominasi isu politik, gosip, atau candaan berlebihan, kini banyak pembicaraan yang mengandung nilai-nilai keagamaan. Ia menilai perubahan ini terjadi karena ustadz mampu memanfaatkan momentum *marlopo* sebagai sarana edukasi spiritual. Secara tidak langsung, lopo kopi telah berubah menjadi “mimbar sosial” tempat dakwah berlangsung secara fleksibel dan partisipatif”.¹⁷⁵

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh keterangan Ustadz Amri Rizal Lubis, kehadiran ustadz di lopo kopi memberikan dampak positif terhadap dinamika sosial masyarakat. Peneliti mengamati bahwa pola percakapan masyarakat di lopo menjadi lebih terarah dan bernilai setelah dakwah kultural diterapkan. Topik obrolan tidak lagi didominasi oleh isu politik atau candaan berlebihan, melainkan mulai mengarah pada nilai-nilai keagamaan dan moral. Hal ini menunjukkan bahwa lopo kopi berfungsi sebagai mimbar sosial yang fleksibel dan partisipatif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.¹⁷⁶

¹⁷⁴ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁷⁵ Amri Rizal Lubis, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 14.00 WIB).

¹⁷⁶ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

Selain melalui percakapan langsung, beberapa ustadz juga menggunakan media tambahan dalam berdakwah di lopo kopi. Mahmudin Ali Syukur Siregar bahwa:

“Mengaku sering membawa bahan bacaan ringan, seperti buletin dakwah atau majalah Islam, yang kemudian dibagikan kepada pengunjung lopo. Dalam beberapa kesempatan, ia juga memutar video ceramah singkat melalui ponsel untuk memancing diskusi keagamaan. Cara ini menunjukkan adaptasi ustadz terhadap perkembangan teknologi, sekaligus memperluas jangkauan dakwah di ruang tradisional. Lopo kopi, dalam konteks ini, menjadi ruang hibrid antara tradisi dan modernitas tempat di mana dakwah konvensional berpadu dengan komunikasi digital”.¹⁷⁷

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh keterangan Mahmudin Ali Syukur Siregar, dakwah di lopo kopi tidak hanya dilakukan melalui percakapan langsung, tetapi juga memanfaatkan media tambahan. Peneliti mengamati bahwa ustadz membawa bahan bacaan ringan seperti buletin dakwah dan majalah Islam untuk dibagikan kepada pengunjung lopo. Selain itu, pemanfaatan ponsel untuk memutar video ceramah singkat turut memancing diskusi keagamaan. Praktik ini menunjukkan adanya adaptasi dakwah terhadap teknologi modern, menjadikan lopo kopi sebagai ruang hibrid yang memadukan tradisi dan komunikasi digital.¹⁷⁸

Dari informan sekunder seperti Syahrudin Harahap dan Wildan Satio Harahap diperoleh informasi bahwa:

“Kehadiran ustadz di lopo kopi juga berdampak pada peningkatan kesadaran religius masyarakat. Banyak warga yang mengaku lebih rajin shalat berjamaah atau ikut pengajian setelah sering berdiskusi dengan ustadz di lopo. Bahkan, beberapa lopo kini menjadi tempat rutin diskusi

¹⁷⁷ Mahmudin Ali Syukur Siregar, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 18 Oktober 2025. Pukul 10.00 WIB).

¹⁷⁸ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

keagamaan setiap malam Jumat atau menjelang bulan Ramadan. Fenomena ini menunjukkan bahwa lopo kopi telah bertransformasi dari sekadar ruang sosial menjadi media dakwah yang dinamis dan berkelanjutan.¹⁷⁹

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh keterangan informan sekunder Syahrudin Harahap dan Wildan Satio Harahap, kehadiran ustadz di lopo kopi memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kesadaran religius masyarakat. Peneliti mengamati bahwa masyarakat menjadi lebih aktif dalam melaksanakan shalat berjamaah dan mengikuti kegiatan pengajian setelah terbiasa berdiskusi keagamaan di lopo. Beberapa lopo bahkan berkembang menjadi tempat diskusi rutin menjelang malam Jumat dan bulan Ramadan. Fenomena ini menunjukkan transformasi lopo kopi menjadi media dakwah yang dinamis dan berkelanjutan.¹⁸⁰

Ustadz Taufik Akbar Hasibuan menjelaskan bahwa:

“Strategi dakwah di lopo kopi mengikuti prinsip komunikasi kontekstual. Artinya, pesan yang disampaikan harus disesuaikan dengan kondisi psikologis dan sosial pendengar. Ia mencontohkan, ketika berbicara dengan petani, ia akan mengaitkan pesan dakwah dengan kejujuran dalam menimbang hasil panen atau pentingnya berdoa sebelum bekerja. Sedangkan ketika berbicara dengan pedagang, ia menekankan nilai keadilan dan tanggung jawab dalam bertransaksi. Pendekatan kontekstual ini membuat pesan dakwah lebih relevan dan mudah diterima oleh masyarakat. Strategi ini sejalan dengan teori *uses and gratification* dalam komunikasi, di mana keberhasilan penyampaian pesan bergantung pada kebutuhan dan latar belakang audiens.¹⁸¹

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh penjelasan Ustadz Taufik Akbar Hasibuan, strategi dakwah di lopo kopi

¹⁷⁹ Syahrudin Harahap dan Wildan Satio Harahap, wawancara dari mad'u (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 16.00 WIB).

¹⁸⁰ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁸¹ Taufik Akbar Hasibuan, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 18 Oktober 2025. Pukul 16.00 WIB).

menerapkan prinsip komunikasi kontekstual. Peneliti mengamati bahwa pesan keagamaan disesuaikan dengan latar belakang sosial dan psikologis masyarakat. Nasihat kepada petani dikaitkan dengan kejujuran dan doa dalam bekerja, sementara kepada pedagang ditekankan nilai keadilan dan tanggung jawab. Pendekatan ini membuat pesan dakwah lebih relevan dan mudah diterima. Strategi tersebut sejalan dengan teori *uses and gratifications*, yang menekankan pentingnya kesesuaian pesan dengan kebutuhan audiens.¹⁸²

Analisis terhadap hasil wawancara menunjukkan bahwa keberhasilan ustadz dalam memanfaatkan lopo kopi sebagai sarana dakwah terletak pada tiga faktor utama: kedekatan sosial, fleksibilitas komunikasi, dan kontekstualitas pesan. Kedekatan sosial memungkinkan ustadz diterima sebagai bagian dari komunitas, bukan figur eksternal. Fleksibilitas komunikasi membuat dakwah lebih cair dan adaptif terhadap situasi. Sedangkan kontekstualitas pesan memastikan bahwa nilai-nilai Islam disampaikan dengan bahasa dan contoh yang relevan dengan kehidupan masyarakat. Ketiga faktor ini menjadi kunci efektivitas dakwah kultural yang dilakukan di Barumun Tengah.

Dalam perspektif teori komunikasi dakwah, praktik ini menggambarkan penerapan dakwah bil hal dan dakwah bil hikmah. Dakwah bil hal berarti dakwah melalui tindakan nyata, di mana ustadz tidak hanya berbicara tetapi juga mencontohkan perilaku santun, kesederhanaan, dan kepedulian sosial. Sementara dakwah bil hikmah mengedepankan kebijaksanaan dalam menyampaikan pesan,

¹⁸² Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

yaitu dengan memperhatikan waktu, tempat, dan kondisi psikologis mad'u (pendengar). Di lopo kopi, kedua prinsip ini berpadu secara harmonis. Ustadz hadir sebagai figur sosial yang komunikatif, bijak, dan berempati, sehingga pesan Islam diterima tanpa resistensi.

Selain aspek komunikasi, fenomena ini juga menarik ditinjau dari sudut pandang sosiologis. Lopo kopi di Barumun Tengah berfungsi sebagai ruang sosial-religius yang memperkuat integrasi sosial masyarakat. Makna sosial terbentuk melalui interaksi sehari-hari. Dalam konteks ini, lopo kopi menjadi tempat di mana nilai-nilai Islam dimaknai ulang dan diinternalisasi melalui percakapan antarwarga. Dakwah di lopo kopi bukan proses transfer informasi satu arah, melainkan dialog sosial yang membentuk kesadaran religius kolektif. Dengan kata lain, ustadz tidak hanya mengajarkan Islam, tetapi juga menjadi bagian dari proses konstruksi makna keislaman di masyarakat.

Hotmawati Siregar dalam wawancara menyebut bahwa:

“Banyak ibu rumah tangga mendukung kegiatan dakwah di lopo kopi karena mereka melihat dampak positif terhadap perilaku suami dan anak laki-laki mereka. Suami yang sering mengikuti diskusi di lopo menjadi lebih sabar dan tanggung jawab, sementara pemuda yang ikut marlopo bersama ustadz menjadi lebih sopan dan rajin ke masjid. Hal ini membuktikan bahwa dakwah di lopo tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga pada kehidupan keluarga dan masyarakat secara keseluruhan”.¹⁸³

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh wawancara dengan Hotmawati Siregar, dakwah yang berlangsung di lopo kopi mendapat dukungan dari kalangan ibu rumah tangga. Peneliti mengamati bahwa

¹⁸³ Hotmawati Siregar, wawancara dari mad'u (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 16 Oktober 2025. Pukul 14.00 WIB).

kegiatan dakwah tersebut membawa dampak positif terhadap perubahan perilaku anggota keluarga. Suami yang aktif mengikuti diskusi di lopo menunjukkan sikap lebih sabar dan bertanggung jawab, sementara pemuda menjadi lebih sopan dan rajin beribadah. Temuan ini menunjukkan bahwa dakwah di lopo kopi tidak hanya memengaruhi individu, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap keharmonisan keluarga dan kehidupan sosial masyarakat secara luas.¹⁸⁴

Melalui pendekatan kultural ini, ustadz di Barumun Tengah telah menunjukkan kemampuan adaptif terhadap konteks sosial lokal. Mereka berhasil menjadikan lopo kopi sebagai ruang dakwah yang hidup dan membumi. Pendekatan semacam ini sangat relevan dengan masyarakat yang memiliki tradisi kuat dalam komunikasi lisan dan kebersamaan. Lopo kopi, dengan atmosfernya yang egaliter, menjadi sarana efektif untuk menyebarkan pesan-pesan Islam secara damai dan menyenangkan.

Temuan khusus ini menegaskan bahwa peran ustadz dalam memanfaatkan lopo kopi sebagai sarana dakwah merupakan bentuk inovasi sosial dan kultural yang memperluas makna dakwah Islam di masyarakat pedesaan. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang sakral seperti masjid, tetapi juga hadir di ruang profan yang penuh interaksi sosial. Melalui pendekatan ini, nilai-nilai Islam tidak hanya dipahami sebagai ajaran normatif, tetapi juga dihayati sebagai etika hidup yang membimbing perilaku sehari-hari masyarakat Barumun Tengah. Fenomena ini

¹⁸⁴ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

membuktikan bahwa dakwah yang paling efektif bukanlah yang lantang diucapkan, melainkan yang hidup dan tumbuh bersama masyarakat itu sendiri.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam dengan para ustadz, tokoh masyarakat, serta informan sekunder, peneliti menemukan bahwa lopo kopi dimanfaatkan secara strategis oleh para ustadz sebagai sarana dakwah kultural yang efektif di Kecamatan Barumun Tengah. Lopo kopi dipilih karena merupakan ruang sosial yang secara rutin dikunjungi masyarakat dari berbagai latar belakang, sehingga memungkinkan dakwah dilakukan secara alami dan berkelanjutan tanpa harus menciptakan forum baru yang bersifat formal.

Praktik dakwah di lopo kopi dilakukan melalui pendekatan nonformal, dialogis, dan kontekstual. Ustadz hadir sebagai bagian dari komunitas, ikut marlopo, mendengarkan persoalan masyarakat, dan menyisipkan pesan-pesan keislaman dalam percakapan sehari-hari. Pola ini sejalan dengan teori komunikasi interpersonal, yang menekankan pentingnya kedekatan emosional, empati, dan kepercayaan (*trust*) dalam efektivitas penyampaian pesan.¹⁸⁵ Dakwah tidak disampaikan dalam bentuk ceramah panjang, melainkan dalam nasihat singkat yang relevan dengan situasi sosial pendengar.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa ustadz mampu menyesuaikan materi dakwah dengan latar belakang audiens, seperti petani, pedagang, maupun pemuda. Strategi ini selaras dengan teori komunikasi kontekstual dan *uses and gratifications theory*, di mana pesan yang efektif adalah pesan yang mampu

¹⁸⁵ Joseph A. DeVito, *The Interpersonal Communication Book*, Cet. XII, (Boston: Pearson Education, 2013), hlm. 45.

memenuhi kebutuhan dan realitas sosial penerima.¹⁸⁶ Bahkan, beberapa ustadz memanfaatkan media tambahan seperti buletin dakwah dan video singkat melalui ponsel, menunjukkan adaptasi dakwah terhadap perkembangan teknologi.¹⁸⁷

Dampak dari pemanfaatan lopo kopi sebagai sarana dakwah terlihat pada meningkatnya kesadaran religius masyarakat, perubahan perilaku sosial yang lebih positif, serta menguatnya solidaritas sosial. Dengan demikian, lopo kopi berfungsi sebagai mimbar sosial yang fleksibel, partisipatif, dan berkelanjutan, menjadikan dakwah lebih membumi dan kontekstual dalam kehidupan masyarakat Barumun Tengah.

3. Pesan-Pesan Dakwah Yang Biasa Di Bahas Di Lopo Kopi Antara Ustadz Dan Masyarakat Di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas.

Dakwah yang berlangsung di lopo kopi di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas memiliki kekhasan yang membedakannya dari dakwah formal di masjid atau majelis taklim. Di ruang sosial ini, pesan-pesan dakwah tidak disampaikan secara kaku, melainkan mengalir dalam percakapan sehari-hari antara ustadz dan masyarakat. Pesan-pesan dakwah yang muncul umumnya berkaitan langsung dengan kehidupan sosial, ekonomi, dan moral masyarakat setempat. Nilai-nilai Islam yang dibahas selalu dihubungkan dengan konteks aktual kehidupan mereka, sehingga dakwah menjadi bagian dari realitas sosial, bukan sekadar wacana keagamaan yang abstrak.

¹⁸⁶ Denis McQuail, *Mass Communication Theory*, Cet. VI, (London: Sage Publications, 2010), hlm. 423.

¹⁸⁷ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Cet. I, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), hlm. 167.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Taufik ustadz Akbar Hasibuan bahwa:

“Tema dakwah yang sering dibahas di lopo kopi mencakup tiga kategori besar: akidah (keimanan), akhlak (moralitas), dan muamalah (hubungan sosial dan ekonomi). Dalam aspek akidah, ustadz sering menekankan pentingnya memperkuat keimanan kepada Allah SWT dan menjauhi perbuatan syirik, karena masih ada sebagian masyarakat yang bercampur dengan kepercayaan tradisional. Pembahasan tentang tauhid ini biasanya disisipkan secara ringan, misalnya ketika masyarakat menceritakan peristiwa yang dianggap “mistis”. Ustadz kemudian meluruskan pemahaman mereka dengan menekankan bahwa segala sesuatu terjadi atas kehendak Allah, bukan karena kekuatan gaib lainnya. Dengan demikian, pesan akidah disampaikan melalui dialog yang kontekstual dan tidak menghakimi”.¹⁸⁸

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh wawancara dengan Ustadz Taufik Akbar Hasibuan, tema dakwah yang berkembang di lopo kopi mencakup aspek akidah, akhlak, dan muamalah. Peneliti mengamati bahwa pembahasan akidah disampaikan secara kontekstual dan dialogis, terutama ketika masyarakat menyinggung peristiwa yang bernuansa mistis. Ustadz kemudian meluruskan pemahaman tersebut dengan menekankan nilai tauhid dan keimanan kepada Allah SWT tanpa sikap menghakimi. Pendekatan ini menjadikan pesan dakwah lebih mudah diterima serta relevan dengan realitas sosial masyarakat Barumun Tengah.¹⁸⁹

Sebagaimana firman Al-Allah dalam Q. S. Surah Luqman ayat 13:

وَإِذْ قَالَ لُقْمَانُ لِابْنِهِ وَهُوَ يَعِظُهُ يَا بُنَيَّ لَا تُشْرِكْ بِاللَّهِ إِنَّ الشِّرْكَ لَظُلْمٌ عَظِيمٌ

¹⁸⁸ Taufik Akbar Hasibuan, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 18 Oktober 2025. Pukul 16.00 WIB).

¹⁸⁹ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

“
*menasihatinya, “Wahai anakku, janganlah mempersekutukan Allah
 besar”.*

Ayat ini menegaskan inti dari dakwah akidah, yaitu menanamkan tauhid dan menjauhkan umat dari syirik. Pesan ini sejalan dengan praktik dakwah ustadz di *lopo kopi*, yang berupaya meluruskan pemahaman masyarakat terhadap hal-hal mistis atau kepercayaan tradisional yang menyimpang, dengan cara lembut dan penuh hikmah sebagaimana Luqman menasihati anaknya.

Dalam aspek akhlak, ustadz Mahmudin Ali Syukur Siregar menuturkan bahwa:

“Ustadz sering menyinggung pentingnya menjaga perilaku dan tutur kata dalam pergaulan sehari-hari. Tema seperti kejujuran, kesabaran, sopan santun, dan tanggung jawab menjadi topik utama yang sering muncul dalam diskusi di *lopo*. Ketika masyarakat membicarakan isu sosial seperti konflik antarwarga, masalah utang, atau kesalahpahaman antar keluarga ustadz memanfaatkan kesempatan itu untuk mengingatkan nilai-nilai moral Islam. Ia menegaskan bahwa akhlak yang baik adalah cermin keimanan, dan bahwa ketentraman masyarakat akan terjaga jika setiap individu berakhlak mulia. Pesan ini disampaikan dengan contoh-contoh sederhana yang mudah dipahami, seperti pentingnya menepati janji atau menghindari ghibah (menggunjing).¹⁹¹

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh penuturan Ustadz Mahmudin Ali Syukur Siregar, aspek akhlak menjadi tema sentral dalam dakwah di *lopo kopi*. Peneliti mengamati bahwa ustadz secara konsisten menekankan pentingnya menjaga perilaku dan tutur kata dalam kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai seperti kejujuran, kesabaran, sopan santun, dan tanggung jawab sering disisipkan dalam diskusi sosial. Ketika muncul persoalan

¹⁹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : CV. Diponegoro, 2005) hlm.44.

¹⁹¹ Mahmudin Ali Syukur Siregar, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumon Tengah Kabupaten Padang Lawas, 18 Oktober 2025. Pukul 10.00 & 16.00 WIB).

konflik atau kesalahpahaman, ustadz memanfaatkannya untuk menegaskan bahwa akhlak mulia merupakan cerminan keimanan dan fondasi terciptanya ketenteraman sosial masyarakat.¹⁹²

Dalam aspek muamalah, ustadz Mukti Ali Tanjung mengemukakan bahwa:

“Lopo kopi sering menjadi tempat diskusi tentang persoalan ekonomi masyarakat, terutama yang berkaitan dengan perdagangan hasil pertanian, pinjaman uang, atau kerja sama usaha. Dalam konteks ini, ustadz biasanya membahas etika ekonomi Islam, seperti larangan riba, keadilan dalam jual beli, serta pentingnya amanah dalam bermuamalah. Menurutnya, dakwah yang membahas persoalan ekonomi sangat relevan karena sebagian besar masyarakat Barumun Tengah adalah petani dan pedagang kecil. Ustadz memanfaatkan obrolan sehari-hari untuk menanamkan kesadaran bahwa bekerja mencari nafkah juga merupakan ibadah jika dilakukan dengan jujur dan halal. Dengan demikian, nilai-nilai muamalah Islam dihidupkan dalam praktik sosial masyarakat.¹⁹³

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh penjelasan Ustadz Mukti Ali Tanjung, aspek muamalah menjadi bagian penting dalam dakwah di lopo kopi. Peneliti mengamati bahwa lopo sering menjadi ruang diskusi persoalan ekonomi masyarakat, khususnya terkait pertanian dan perdagangan. Dalam konteks tersebut, ustadz menekankan etika ekonomi Islam seperti keadilan, amanah, dan larangan riba. Pendekatan ini menjadikan dakwah relevan dengan realitas kehidupan masyarakat, sekaligus menanamkan kesadaran

¹⁹² Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁹³ Mukti Ali Tanjung, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 09.00 WIB).

bahwa aktivitas ekonomi yang jujur dan halal merupakan bagian dari ibadah dalam Islam.¹⁹⁴

Ustadz Asrian Efendi Tanjung menambahkan bahwa:

“Salah satu pesan dakwah yang sering disampaikan di lopo kopi adalah tentang pentingnya menjaga silaturahmi. Ia menyebut bahwa lopo sendiri adalah simbol silaturahmi yang konkret karena menjadi tempat masyarakat bertemu dan berinteraksi setiap hari. Oleh karena itu, ustadz sering mengingatkan bahwa berkumpul di lopo hendaknya digunakan untuk hal-hal positif, bukan untuk membicarakan keburukan orang lain. Dari sini muncul pembahasan tentang bahaya ghibah, namimah (adu domba), dan fitnah yang dapat merusak hubungan sosial. Ustadz mengingatkan bahwa menjaga lisan adalah bagian dari ibadah, dan bahwa percakapan yang baik di lopo dapat bernilai pahala jika diisi dengan nasihat dan kebaikan.¹⁹⁵

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh penjelasan Ustadz Asrian Efendi Tanjung, pesan dakwah tentang pentingnya menjaga silaturahmi sering disampaikan dalam aktivitas marlopo. Peneliti mengamati bahwa lopo kopi diposisikan sebagai simbol konkret silaturahmi karena menjadi ruang pertemuan rutin masyarakat. Ustadz mengingatkan agar kebersamaan di lopo dimanfaatkan untuk hal-hal positif dan menghindari ghibah, namimah, serta fitnah. Penekanan pada etika berkomunikasi ini menunjukkan bahwa menjaga lisan dipandang sebagai bagian dari ibadah dan penguat harmoni sosial.¹⁹⁶

¹⁹⁴ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

¹⁹⁵ Asrian Efendi Tanjung, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 19 Oktober 2025. Pukul 14.00 WIB).

¹⁹⁶ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

Sebagaimana firman Al-Allah dalam Q. S. Surah An-Nisa ayat 1:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا
وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ
اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا

“Wahai manusia, bertakwalah kepada Tuhanmu yang telah

kekeluargaan. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasimu”.

Ayat ini menegaskan bahwa menjaga hubungan silaturahmi merupakan wujud ketaatan kepada Allah SWT. Dalam konteks *lopo kopi*, tradisi berkumpul dan berinteraksi setiap hari merupakan manifestasi nyata dari silaturahmi sosial. Ustadz di *lopo kopi* memaknai kebersamaan ini bukan sekadar rutinitas sosial, tetapi ibadah yang dapat mempererat kasih sayang dan memperkuat persaudaraan antarwarga.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEH MUHAMMAD AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Menurut ustadz Bukit Harahap bahwa:

“Pesan dakwah yang paling sering muncul dalam percakapan di *lopo kopi* adalah tentang ketaatan beribadah. Banyak masyarakat yang disibukkan dengan aktivitas ekonomi sehingga sering lalai menjalankan kewajiban shalat tepat waktu. Dalam suasana *marlopo*, ustadz biasanya mengingatkan dengan cara halus, misalnya ketika waktu adzan tiba, ustadz akan mengajak dengan nada bersahabat, “Mari kita ke masjid dulu, kopi bisa nanti dilanjut.” Sikap seperti ini menjadi contoh nyata dari dakwah bil hal, di mana ajakan kebaikan dilakukan melalui perbuatan dan keteladanan,

¹⁹⁷ Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : CV. Diponogoro, 2005) hlm.22.

bukan hanya melalui kata-kata. Cara ini terbukti efektif karena masyarakat merasa dihargai, bukan dipaksa”.¹⁹⁸

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh penjelasan Ustadz Bukit Harahap, pesan dakwah mengenai ketaatan beribadah sering muncul dalam percakapan di lopo kopi. Peneliti mengamati bahwa ustadz mengingatkan kewajiban shalat dengan pendekatan yang halus dan bersahabat, terutama ketika waktu adzan tiba. Ajakan dilakukan melalui keteladanan, bukan paksaan, sehingga mencerminkan dakwah *bil hal*. Pendekatan ini membuat masyarakat merasa dihargai dan lebih menerima ajakan beribadah, sekaligus menunjukkan efektivitas dakwah yang kontekstual dan humanis.¹⁹⁹

Hasil wawancara dengan ustadz Burnang Harahap dan Martua Hasibuan juga menunjukkan bahwa:

“Ustadz sering membahas pesan dakwah yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial, seperti pentingnya tolong-menolong, kepedulian terhadap fakir miskin, dan semangat gotong royong. Dalam konteks masyarakat pedesaan yang masih menjunjung tinggi nilai solidaritas, pesan ini mendapat sambutan hangat. Ustadz menekankan bahwa menolong sesama tidak hanya dalam bentuk materi, tetapi juga dengan tenaga, perhatian, dan doa. Pembahasan ini sering muncul ketika ada warga yang sakit, tertimpa musibah, atau mengalami kesulitan ekonomi. Dakwah semacam ini menumbuhkan empati dan memperkuat rasa kebersamaan di tengah masyarakat”.²⁰⁰

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh wawancara dengan Ustadz Burnang Harahap dan Ustadz Martua Hasibuan, pesan dakwah tentang tanggung jawab sosial sering menjadi tema pembahasan di lopo

¹⁹⁸ Bukit Harahap, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 14.00 WIB).

¹⁹⁹ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

²⁰⁰ Burnang Harahap dan Martua Hasibuan, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 18 Oktober 2025. Pukul 17.00 WIB).

kopi. Peneliti mengamati bahwa nilai tolong-menolong, kepedulian terhadap fakir miskin, dan semangat gotong royong mendapat respons positif dari masyarakat. Pesan ini disampaikan secara kontekstual ketika ada warga yang mengalami musibah atau kesulitan ekonomi. Pendekatan tersebut menumbuhkan empati kolektif serta memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas sosial masyarakat Barumun Tengah.²⁰¹

Sementara itu, ustadz Amri Rizal Lubis mengemukakan bahwa:

“Pesan dakwah yang sering ia dengar di lopo kopi berkaitan dengan tanggung jawab keluarga, terutama peran ayah dalam mendidik anak. Ustadz sering menekankan bahwa keluarga adalah madrasah pertama bagi anak-anak. Ketika orang tua rajin ke masjid, jujur dalam bekerja, dan sopan dalam bertutur kata, anak-anak akan meniru. Dakwah ini sangat kontekstual karena di tengah kesibukan masyarakat pedesaan, perhatian terhadap pendidikan anak kadang terabaikan. Melalui diskusi santai di lopo, ustadz berhasil menyadarkan masyarakat bahwa mendidik anak dengan teladan adalah bagian dari tanggung jawab keagamaan”.²⁰²

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh penjelasan Ustadz Amri Rizal Lubis, pesan dakwah yang berkembang di lopo kopi banyak menekankan tanggung jawab keluarga, khususnya peran ayah dalam pendidikan anak. Peneliti mengamati bahwa ustadz menegaskan keluarga sebagai madrasah pertama bagi anak-anak. Keteladanan orang tua dalam beribadah, bekerja jujur, dan bertutur kata sopan dipandang sebagai metode pendidikan yang efektif. Pendekatan dakwah yang kontekstual ini relevan dengan kondisi

²⁰¹ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

²⁰² Amri Rizal Lubis dan Martua Hasibuan, wawancara dari ustadz (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 14.00 WIB).

masyarakat pedesaan dan mampu meningkatkan kesadaran orang tua akan tanggung jawab keagamaannya.²⁰³

Dari hasil wawancara dengan informan sekunder seperti Syahrudin Harahap dan Rahmad Siregar, diketahui bahwa:

“Pembahasan di lopo kopi juga sering menyentuh tema ukhuwah Islamiyah (persaudaraan sesama Muslim) dan ukhuwah wathaniyah (persaudaraan kebangsaan). Dalam beberapa kesempatan, ustadz menegaskan bahwa Islam mengajarkan umatnya untuk menjaga persatuan dan menjauhi konflik sosial. Hal ini menjadi penting karena masyarakat Barumun Tengah terdiri atas berbagai latar belakang sosial dan karakter. Ustadz menggunakan momen obrolan di lopo untuk meneguhkan nilai kebersamaan, terutama ketika menjelang pemilihan umum atau ketika terjadi perbedaan pendapat di tengah masyarakat.²⁰⁴

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan yang diperkuat oleh wawancara dengan informan sekunder Syahrudin Harahap dan Rahmad Siregar, tema ukhuwah Islamiyah dan ukhuwah wathaniyah sering menjadi bagian dari diskusi dakwah di lopo kopi. Peneliti mengamati bahwa ustadz memanfaatkan ruang lopo untuk menegaskan pentingnya persatuan dan menghindari konflik sosial. Pesan ini menjadi relevan terutama menjelang pemilihan umum atau ketika muncul perbedaan pandangan di masyarakat. Pendekatan dialogis tersebut berkontribusi dalam memperkuat nilai kebersamaan dan harmoni sosial di Barumun Tengah.²⁰⁵

Moral dan sosial, beberapa ustadz juga menyisipkan pesan dakwah yang berkaitan dengan lingkungan. Delitua Hasibuan menyebut bahwa:

²⁰³ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

²⁰⁴ Syahrudin Harahap dan Rahmad Siregar, wawancara dari mad'u (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 16 Oktober 2025. Pukul 17.00 WIB).

²⁰⁵ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

“Ustadz kadang mengingatkan masyarakat untuk tidak membuang sampah sembarangan dan menjaga kebersihan lopo. Bagi mereka, kebersihan adalah bagian dari iman, sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW: “*At-thahuru syathrul iman*” (Kebersihan adalah sebagian dari iman). Dakwah seperti ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dapat diterapkan dalam tindakan kecil sehari-hari, termasuk dalam menjaga kebersihan lingkungan.²⁰⁶

Berdasarkan hasil observasi lapangan, peneliti Delitua Hasibuan menyebutkan bahwa ustadz memiliki peran penting dalam menanamkan kesadaran lingkungan kepada masyarakat melalui dakwah keseharian. Dalam beberapa kesempatan, ustadz kerap mengingatkan jamaah agar tidak membuang sampah sembarangan serta menjaga kebersihan lopo sebagai ruang bersama. Pesan tersebut disampaikan dengan mengaitkan nilai kebersihan dengan ajaran Islam, bahwa kebersihan merupakan bagian dari iman sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW “*At-thahuru syathrul iman*”. Praktik dakwah ini menunjukkan bahwa ajaran Islam tidak hanya bersifat ritual, tetapi juga aplikatif dalam tindakan sederhana sehari-hari, termasuk dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sosial.²⁰⁷

Pesan-pesan dakwah yang muncul di lopo kopi juga sering kali dipicu oleh situasi aktual masyarakat. Misalnya, ketika harga komoditas pertanian turun atau terjadi banjir di daerah sekitar, ustadz akan mengaitkannya dengan pesan kesabaran, keikhlasan, dan tawakal. Wildan Satio Harahap menjelaskan bahwa:

“Ustadz sering menenangkan masyarakat agar tidak putus asa, karena setiap ujian adalah bentuk kasih sayang Allah untuk menguatkan iman. Pesan-pesan seperti ini memberi dampak psikologis yang positif, karena

²⁰⁶ Delitua Hasibuan, wawancara dari mad’u (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 16 Oktober 2025. Pukul 10.00 WIB).

²⁰⁷ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

masyarakat merasa didampingi secara spiritual dalam menghadapi kesulitan hidup”.²⁰⁸

Dalam konteks komunikasi dakwah, pesan-pesan yang disampaikan di lopo kopi mencerminkan penerapan teori komunikasi interpersonal empatik. Ustadz berperan sebagai komunikator yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memahami emosi dan kondisi audiensnya. Bahasa yang digunakan adalah bahasa sehari-hari masyarakat Batak Angkola, dengan ungkapan lokal yang hangat dan akrab. Misalnya, ungkapan “*marpungu do hita*” (kita harus bersatu) atau “*ai tu Tuhan do muse angka rezeki on*” (semua rezeki ini datangnya dari Tuhan) menjadi media efektif untuk menginternalisasi nilai-nilai dakwah tanpa menimbulkan jarak sosial.

Pesan dakwah di lopo kopi juga dapat dikategorikan sebagai bentuk dakwah bil hikmah dan bil mau'izhah hasanah (nasihat yang baik). Hal ini tampak dari cara ustadz menyesuaikan isi pesan dengan situasi obrolan. Ketika suasana santai, ustadz menyisipkan humor ringan; ketika suasana serius, ustadz berbicara dengan nada lembut dan penuh empati. Pendekatan ini membuat pesan dakwah lebih mudah diterima dan direnungkan. Berbeda dengan ceramah formal yang memiliki struktur baku, dakwah di lopo kopi bersifat dialogis dan spontan. Masyarakat bisa langsung bertanya atau menanggapi, sehingga proses komunikasi menjadi dua arah. Interaksi seperti ini menciptakan ruang pembelajaran sosial yang alami.

²⁰⁸ Wildan Satio Harahap, wawancara dari mad'u (Kecamatan Barumon Tengah Kabupaten Padang Lawas, 17 Oktober 2025. Pukul 16.00 WIB).

Dari perspektif sosiologis, pesan-pesan dakwah di lopo kopi memiliki fungsi sosial yang kuat. Ia berperan sebagai sarana kontrol moral masyarakat (social control) dan penguat identitas religius komunitas. Melalui dakwah informal ini, masyarakat terus diingatkan tentang norma-norma Islam yang harus dijaga dalam kehidupan bersama. Menurut Mara Soleh Siregar bahwa:

“Keberadaan ustadz di lopo kopi telah menumbuhkan kesadaran baru di kalangan masyarakat bahwa agama bukan hanya urusan ibadah di masjid, tetapi juga pedoman hidup dalam setiap aspek kehidupan. Ini menunjukkan bahwa dakwah kultural mampu mengintegrasikan nilai spiritual ke dalam kehidupan sosial masyarakat”.²⁰⁹

Berdasarkan hasil observasi lapangan, peneliti Mara Soleh Siregar menyatakan bahwa kehadiran ustadz di lopo kopi memberikan pengaruh signifikan terhadap pola pikir masyarakat. Masyarakat mulai memahami bahwa ajaran agama tidak terbatas pada aktivitas ibadah formal di masjid, tetapi juga menjadi pedoman dalam menjalani kehidupan sosial sehari-hari. Interaksi santai di lopo kopi memungkinkan nilai-nilai keislaman disampaikan secara dialogis dan mudah diterima. Dakwah yang berlangsung dalam suasana kultural ini memperlihatkan kemampuan agama untuk beradaptasi dengan budaya lokal serta mengintegrasikan nilai spiritual ke dalam kebiasaan sosial masyarakat. Hal tersebut menegaskan bahwa dakwah kultural memiliki peran strategis dalam membangun kesadaran keagamaan yang kontekstual dan membumi.²¹⁰

Secara konseptual, pesan-pesan dakwah yang berkembang di lopo kopi juga memperlihatkan penerapan prinsip komunikasi transaksional, di mana proses

²⁰⁹ Mara Soleh Siregar, wawancara dari mad'u (Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, 18 Oktober 2025. Pukul 17.00 WIB)

²¹⁰ Yunus Husein Harahap, Observasi, Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, Oktober 2025.

penyampaian dan penerimaan pesan berlangsung secara timbal balik dan membentuk kesadaran kolektif. Dalam suasana lopo yang egaliter, ustadz tidak dipandang sebagai otoritas tunggal, melainkan sebagai mitra dialog. Masyarakat tidak hanya menerima pesan, tetapi juga berbagi pengalaman dan pandangan hidupnya. Melalui interaksi semacam ini, pesan dakwah tidak berhenti pada ranah kognitif, tetapi menyentuh ranah afektif dan konatif menggerakkan perubahan sikap dan perilaku.

Pesan-pesan dakwah yang biasa dibahas di lopo kopi mencerminkan proses pembumih nilai-nilai Islam yang adaptif terhadap budaya lokal. Dakwah tidak tampil dalam bentuk retorika tinggi, melainkan hadir dalam kesederhanaan kehidupan masyarakat.²¹¹ Tema keimanan, akhlak, ekonomi, sosial, dan lingkungan disampaikan dalam bahasa keseharian yang mudah diterima, menjadikan lopo kopi bukan hanya tempat bersantai, tetapi juga ruang pembelajaran spiritual.²¹² Fenomena ini menunjukkan bahwa di tengah arus modernisasi, masyarakat Barumun Tengah masih mempertahankan tradisi komunikasi dakwah yang humanis dan kultural sebuah dakwah yang hidup, mengakar, dan memberi makna pada kehidupan bersama.

Pesan-pesan dakwah yang biasa dibahas di lopo kopi antara ustadz dan masyarakat di Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas, menunjukkan karakter dakwah yang kontekstual, dialogis, dan membumi. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, materi dakwah yang disampaikan

²¹¹ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, Cet. I, (Bandung: Mizan, 1992), hlm. 23.

²¹² Hendra, Tomi, Siti Amalia Nur Adzani, and Kori Lilie Muslim. "Dakwah Islam dan kearifan budaya lokal: Konsep dan strategi menyebarkan ajaran Islam." *Journal of Da'wah* 2.1 (2023): 65.

tidak bersifat formal sebagaimana ceramah di masjid, melainkan hadir dalam bentuk percakapan ringan yang menyentuh persoalan kehidupan sehari-hari masyarakat. Hal ini membuat pesan dakwah lebih mudah diterima dan dipahami oleh berbagai kalangan.

Salah satu pesan dakwah yang sering dibahas adalah persoalan akhlak dan etika sosial, seperti kejujuran, saling menghormati, menjaga silaturahmi, serta menghindari konflik dan fitnah.²¹³ Ustadz kerap mengaitkan nilai-nilai tersebut dengan kondisi sosial masyarakat setempat, misalnya dalam hubungan bertetangga, bermusyawarah, dan bekerja sama dalam kegiatan gotong royong. Selain itu, pesan tentang tanggung jawab sosial juga menjadi topik penting, termasuk kepedulian terhadap kebersihan lingkungan lopo, menjaga ketertiban, serta saling mengingatkan dalam kebaikan.

Pesan dakwah lain yang banyak dibahas adalah pemahaman keagamaan dasar, seperti pentingnya shalat, keikhlasan dalam beribadah, serta menanamkan kesadaran bahwa agama tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga hubungan antarsesama. Dalam suasana marlopo, ustadz sering menjawab pertanyaan masyarakat seputar persoalan ibadah dan muamalah secara santai, sehingga tercipta komunikasi dua arah yang terbuka.

Dakwah di lopo kopi juga memuat pesan motivasi dan penguatan mental, terutama terkait kesabaran, tawakal, dan etos kerja. Pesan-pesan ini relevan dengan realitas masyarakat yang mayoritas bekerja sebagai petani dan pedagang. Melalui pendekatan kultural, ustadz mampu mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke

²¹³ Yusuf al-Qaradawi, *Akhlak al-Islam*, Cet. I, (Kairo: Maktabah Wahbah, 1996), h. 75.

dalam kehidupan sosial masyarakat.²¹⁴ Dengan demikian, lopo kopi berfungsi tidak hanya sebagai ruang berkumpul, tetapi juga sebagai media efektif dalam menyebarkan pesan dakwah yang kontekstual, humanis, dan berkelanjutan.

C. Analisis Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan di Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas, menunjukkan bahwa lopo kopi bukan hanya sekadar ruang sosial tempat masyarakat berkumpul, melainkan juga telah bertransformasi menjadi media dakwah kultural yang hidup di tengah masyarakat. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya dipahami sebagai kegiatan formal yang dilakukan di masjid atau lembaga keagamaan, tetapi sebagai aktivitas komunikasi sosial yang berakar dari kebiasaan lokal.²¹⁵ Analisis terhadap data lapangan memperlihatkan bahwa keberhasilan dakwah di lopo kopi dipengaruhi oleh tiga elemen utama: budaya marlopo sebagai basis interaksi sosial, peran ustadz sebagai komunikator dakwah yang adaptif, dan pesan dakwah yang disampaikan secara kontekstual serta relevan dengan kehidupan masyarakat.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, dapat dianalisis bahwa keberadaan lopo kopi sebagai media komunikasi dakwah di Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas, merupakan fenomena sosial-keagamaan yang relevan dengan dinamika

²¹⁴ Zanki, Haritz Asmi. "Teori psikologi dan sosial pendidikan (Teori interaksi simbolik)." *Scolae: Journal of Pedagogy* 3.2 (2020). hlm 22.

²¹⁵ Fadil, Muhammad Ikhsan, Hairul Hudaya, and Asikin Nor. "Ustad Qasim's Preaching Strategy Based on Local Wisdom in the Meratus Hinterland: Challenges and Solutions/Strategi Dakwah Islam Berbasis Kearifan Lokal di Pedalaman Meratus: Tantangan dan Solusi." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 23.2 (2024): 173.

masyarakat lokal. Temuan penelitian ini memperkuat asumsi awal pada Bab I bahwa dakwah Islam tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial dan budaya masyarakat tempat dakwah itu berlangsung. Tradisi marlopo yang telah mengakar kuat dalam kehidupan masyarakat Angkola bukan hanya menjadi kebiasaan sosial semata, tetapi berkembang menjadi ruang komunikasi publik yang potensial untuk penyampaian nilai-nilai keislaman secara kultural dan dialogis.²¹⁶

Analisis terhadap budaya marlopo menunjukkan bahwa lopo kopi berfungsi sebagai ruang sosial yang egaliter dan inklusif. Sebagaimana diuraikan dalam Bab IV, masyarakat dari berbagai latar belakang petani, pedagang, tokoh adat, pemuda, hingga ustadz berinteraksi secara setara tanpa sekat formal. Kondisi ini sejalan dengan teori ruang publik Jürgen Habermas yang dibahas dalam Bab II, di mana ruang publik dipahami sebagai arena komunikasi yang memungkinkan pertukaran gagasan secara bebas dan rasional. Dalam konteks Barumon Tengah, lopo kopi berperan sebagai ruang publik lokal yang hidup, di mana diskusi keagamaan berlangsung secara alami dan tidak menggurui. Hal ini memperkuat argumen bahwa dakwah yang efektif tidak selalu harus dilakukan di ruang formal seperti masjid, tetapi juga dapat berlangsung di ruang sosial keseharian masyarakat.²¹⁷

Keberadaan ustadz di lopo kopi memiliki signifikansi strategis dalam proses komunikasi dakwah. Hasil penelitian pada Bab IV menunjukkan bahwa ustadz

²¹⁶ Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*, Cet. IX, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), hlm. 186.

²¹⁷ Prasongko, Wahyu Agung, et al. "Kategori Sosial dan Strategi Penyampaian Pesan Majelis Kopi Nakaya Palangka Raya: Analisis Kategori Sosial Melvin F. DeFleur." *Journal of Islamic Communication Studies* 2.2 (2024): 44.

tidak memosisikan diri sebagai otoritas yang dominan, melainkan sebagai bagian dari komunitas yang berdialog dengan masyarakat. Pendekatan ini selaras dengan teori interaksi simbolik yang menekankan bahwa makna dibentuk melalui interaksi sosial. Simbol-simbol keagamaan, seperti nasihat, ayat Al-Qur'an, hadis, maupun ungkapan moral, disampaikan dalam bahasa yang sederhana dan kontekstual, sehingga mudah dipahami dan diinternalisasi oleh masyarakat. Dengan demikian, dakwah yang terjadi bukan bersifat satu arah, tetapi dialogis dan partisipatif.

Analisis terhadap pesan-pesan dakwah yang dibahas di lopo kopi menunjukkan bahwa materi dakwah lebih banyak berkaitan dengan aspek akhlak, muamalah, dan persoalan sosial kemasyarakatan. Pesan-pesan seperti pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, kejujuran dalam berdagang, keharmonisan dalam bertetangga, serta tanggung jawab sosial menjadi topik yang dominan. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah di lopo kopi cenderung menekankan dimensi praksis ajaran Islam, bukan semata-mata aspek ritual. Temuan ini menguatkan konsep dakwah kultural sebagaimana dijelaskan dalam Bab II, yaitu dakwah yang berupaya mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam realitas sosial masyarakat.²¹⁸

Dari sisi metodologis, sebagaimana dijelaskan dalam Bab III, penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk menangkap makna subjektif dan pengalaman sosial masyarakat secara mendalam. Observasi

²¹⁸ Mukhsinuddin, Mukhsinuddin, Amrizal Hamsa, and Gamal Bargie. "Bisnis dan Dakwah Dalam Tradisi Media (Kopi) di Provinsi Aceh." *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah* 16.2 (2024): 247.

partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi memberikan gambaran yang komprehensif tentang dinamika komunikasi dakwah di lopo kopi. Analisis data menunjukkan konsistensi antara temuan lapangan dengan kerangka teori yang digunakan, sehingga memperkuat validitas temuan penelitian. Dengan kata lain, hasil penelitian tidak berdiri secara empiris semata, tetapi memiliki landasan teoritis yang kuat.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya perubahan cara pandang masyarakat terhadap agama. Masyarakat mulai menyadari bahwa Islam bukan hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah (*hablum minallah*), tetapi juga hubungan antarmanusia (*hablum minannas*). Kesadaran ini tumbuh melalui interaksi rutin di lopo kopi, di mana ustadz mengaitkan ajaran agama dengan persoalan konkret yang dihadapi masyarakat. Proses ini mencerminkan fungsi komunikasi dakwah sebagaimana dijelaskan dalam Bab II, yakni fungsi edukatif, persuasif, dan transformatif. Dakwah tidak hanya menambah pengetahuan keagamaan (kognitif), tetapi juga membentuk sikap (afektif) dan mendorong perubahan perilaku (konatif).

Analisis juga menunjukkan bahwa dakwah melalui lopo kopi relatif minim hambatan komunikasi. Faktor kedekatan emosional, kesamaan latar budaya, serta suasana santai membuat masyarakat lebih terbuka dalam menerima pesan dakwah. Hambatan semantik dan psikologis yang sering muncul dalam dakwah formal dapat diminimalkan karena bahasa yang digunakan bersifat lokal dan komunikatif. Hal ini sesuai dengan prinsip hikmah dan mau'izhah hasanah dalam metode

dakwah yang dijelaskan pada Bab II. Ustadz mampu menyesuaikan pesan dengan kondisi audiens tanpa mengurangi substansi ajaran Islam.

Dalam perspektif dakwah kontemporer, temuan penelitian ini memiliki implikasi yang luas. Lopo kopi sebagai media komunikasi dakwah menunjukkan bahwa ruang-ruang budaya lokal dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Model dakwah ini bersifat adaptif terhadap perubahan sosial dan mampu menjangkau masyarakat yang mungkin kurang aktif mengikuti pengajian formal.²¹⁹ Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung argumen pada Bab I bahwa inovasi dalam metode dakwah merupakan kebutuhan yang mendesak di tengah dinamika masyarakat modern.

Analisis hasil penelitian menegaskan bahwa lopo kopi di Kecamatan Barumun Tengah bukan sekadar tempat minum kopi dan bersantai, tetapi telah bertransformasi menjadi media komunikasi dakwah yang efektif dan berkelanjutan. Integrasi antara budaya marlopo dan dakwah Islam menciptakan model dakwah kultural yang kontekstual, humanis, dan dialogis. Model ini tidak hanya relevan bagi masyarakat Padang Lawas, tetapi juga dapat menjadi referensi bagi pengembangan dakwah berbasis budaya lokal di wilayah lain. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi dakwah serta kontribusi praktis bagi para da'i dan pemangku kepentingan dalam merancang strategi dakwah yang lebih bumi dan responsif terhadap realitas sosial masyarakat.

²¹⁹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet. II, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 101.

Dari perspektif komunikasi dakwah, pendekatan yang digunakan ustadz di lopo kopi menggambarkan bentuk dakwah kultural (cultural da'wah). Menurut A. Hasjmy, dakwah kultural adalah bentuk dakwah yang menyesuaikan metode dan media dengan budaya masyarakat tanpa mengubah substansi ajaran Islam.²²⁰ Dakwah di lopo kopi adalah contoh konkret penerapan strategi ini. Budaya marlopo yang sudah mengakar dijadikan media penyampaian nilai Islam, bukan digantikan oleh pola komunikasi baru yang asing bagi masyarakat. Dengan demikian, dakwah menjadi bagian dari kehidupan sosial, bukan aktivitas yang terpisah dari realitas sehari-hari.

Analisis terhadap hasil penelitian juga menunjukkan bahwa interaksi dakwah di lopo kopi bersifat dialogis dan partisipatif, berbeda dengan model dakwah konvensional yang monologis. Di sini, masyarakat tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi juga berperan aktif dalam diskusi. Mereka bisa bertanya, menyampaikan pendapat, atau berbagi pengalaman hidup yang kemudian ditanggapi ustadz dengan pendekatan keagamaan. Proses dialog ini tidak hanya memperluas pengetahuan agama, tetapi juga memperkuat kesadaran spiritual dan sosial masyarakat. Model komunikasi semacam ini sesuai dengan konsep *two-way symmetrical communication* dalam teori komunikasi modern, di mana keberhasilan komunikasi diukur dari tercapainya kesepahaman bersama antara komunikator dan komunikan.²²¹

²²⁰ A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*, Cet. I, (Jakarta: Bulan Bintang, 1974), hlm. 45.

²²¹ Mukhsinuddin, Mukhsinuddin, Amrizal Hamsa, and Gamal Bargie. "Bisnis dan Dakwah Dalam Tradisi Media (Kopi) di Provinsi Aceh." *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah* 16.2 (2024): 247-261.

Dakwah di lopo kopi juga memiliki fungsi sosial yang kuat. Ia berperan sebagai mekanisme kontrol sosial (*social control*) dalam masyarakat. Ketika ada warga yang berselisih, ustadz sering menjadi penengah dengan pendekatan agama. Ketika masyarakat menghadapi masalah sosial atau ekonomi, lopo menjadi tempat berbagi solusi dengan semangat kebersamaan dan nasihat religius. Fungsi ini menunjukkan bahwa dakwah di lopo kopi tidak hanya menekankan aspek ritual, tetapi juga berperan dalam membangun tatanan sosial yang harmonis dan berkeadilan. Dakwah di sini berfungsi sebagaimana pesan QS. Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar”.*²²²

Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kekuatan utama dakwah di lopo kopi terletak pada konteksnya yang humanis dan partisipatif. Dakwah tidak hadir dalam bentuk instruksi, melainkan dalam bentuk persaudaraan. Ustadz menjadi bagian dari masyarakat, bukan figur yang berjarak. Pendekatan ini membangun hubungan emosional yang mendalam antara pendakwah dan jamaahnya, sehingga pesan dakwah lebih mudah menyentuh hati. Dengan demikian, dakwah di lopo

²²² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : CV. Diponegoro, 2005) hlm.33.

kopi tidak hanya mengubah cara berpikir masyarakat, tetapi juga memperkuat ikatan sosial dan moral antarwarga.²²³

Secara akademik, temuan penelitian ini memperkaya khazanah kajian komunikasi dakwah kontemporer, khususnya dalam konteks pedesaan. Dakwah kultural di Barumun Tengah membuktikan bahwa keberhasilan dakwah tidak semata ditentukan oleh media modern atau struktur kelembagaan, tetapi oleh kemampuan pendakwah dalam membaca konteks budaya dan sosial masyarakatnya. Dengan menjadikan lopo kopi sebagai ruang dakwah, para ustadz telah membumikan ajaran Islam dalam bentuk komunikasi sosial yang hangat, inklusif, dan membangun.

Dengan demikian, hasil analisis ini menegaskan bahwa dakwah di lopo kopi merupakan wujud nyata dari Islam yang rahmatan lil 'alamin Islam yang membawa rahmat bagi seluruh kehidupan sosial. Tradisi *marlopo* yang dulu sekadar simbol kebersamaan kini berubah menjadi sarana penyebaran nilai-nilai ilahiah. Melalui pendekatan ini, masyarakat Barumun Tengah tidak hanya menjaga tradisi leluhur mereka, tetapi juga menanamkan nilai-nilai spiritual di dalamnya. Inilah bentuk dakwah yang hidup, berdialog dengan budaya, dan memberi makna.

²²³ Siregar, Julisnawati, Faisal Riza, and Aulia Kamal. "Peran Ustadz dalam Pembinaan Keagamaan Masyarakat Muslim Dusun II Desa Tuntungan II, Pancur Batu, Deli Serdang." *RISOMA: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan* 3.2 (2025): 162-178.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Budaya *marlopo* di Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas, tetap menjadi bagian penting dari kehidupan sosial masyarakat. Penelitian menemukan bahwa sejumlah lopo kopi seperti Lopo Kopi Manombo Raya, Lopo Kopi Binanga Jaya, dan Lopo Kopi Saroha Siboris beroperasi sejak 06.00–22.00 WIB dan rata-rata dikunjungi 35–60 orang per hari. Lopo-lopo ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat minum kopi, tetapi juga sebagai pusat percakapan warga mengenai pertanian, ekonomi, isu sosial, hingga diskusi keagamaan, terutama pada malam Kamis ketika pengajian rutin berlangsung. Aktivitas tersebut memperkuat relasi sosial sekaligus menumbuhkan nilai keislaman seperti solidaritas dan kepedulian. Secara ekonomi, lopo kopi memperoleh omset sekitar Rp400.000–Rp700.000 per hari, atau Rp12–18 juta per bulan, sehingga menjadi ruang strategis bagi aktivitas budaya dan dakwah masyarakat Barumun Tengah.
2. Pemanfaatan lopo kopi sebagai sarana dakwah di Kecamatan Barumun Tengah menjadi bentuk inovatif dari pendekatan dakwah kultural yang menyesuaikan dengan kehidupan masyarakat setempat. Dalam suasana yang santai dan penuh keakraban, ustadz memanfaatkan lopo kopi sebagai ruang untuk menyampaikan pesan-pesan Islam secara alami dan dialogis. Di tempat ini, interaksi antara ustadz dan masyarakat berlangsung secara interaktif, memungkinkan terjadinya pertukaran gagasan dan pengalaman hidup yang memperkaya pemahaman keagamaan. Selain menjadi wadah berdiskusi dan

berbagi ilmu, lopo kopi juga menjadi ruang pembentukan adab sosial, di mana masyarakat menunjukkan rasa hormat kepada ustadz melalui tutur kata yang sopan, sikap mendengarkan dengan seksama, dan etika dalam berdialog. Dakwah yang berlangsung di lopo kopi tidak hanya menyampaikan ilmu agama, tetapi juga menumbuhkan nilai-nilai kesantunan, kedekatan emosional, serta memperkuat hubungan spiritual dan sosial antarumat.

3. Pesan-pesan dakwah di lopo kopi mencerminkan upaya penguatan nilai-nilai Islam yang bersumber dari ajaran Al-Qur'an dan Sunnah, dengan pendekatan yang selaras dengan budaya masyarakat Barumun Tengah. Materi dakwah yang disampaikan tidak hanya menekankan pentingnya menjaga silaturahmi dan tanggung jawab sosial, tetapi juga memperdalam pemahaman tentang akidah, syariah, dan akhlak sebagai pilar utama kehidupan beragama. Dalam aspek akidah, ustadz menanamkan keyakinan yang kokoh kepada Allah SWT agar masyarakat memiliki dasar iman yang kuat dan tidak mudah terpengaruh oleh nilai-nilai luar yang negatif. Pada sisi syariah, dakwah di lopo kopi mendorong masyarakat untuk menjalankan perintah Allah secara konsisten dalam ibadah dan muamalah, seperti kejujuran dalam berdagang, adil dalam bermusyawarah, serta disiplin dalam melaksanakan kewajiban agama. Sementara dalam aspek akhlak, pesan dakwah menekankan pentingnya sopan santun, kejujuran, serta kepedulian terhadap sesama, yang tercermin dalam interaksi sehari-hari di lingkungan sosial. Dengan cara penyampaian yang sederhana dan interaktif, nilai-nilai dakwah ini lebih mudah diterima, dipahami, dan diamalkan oleh masyarakat, sehingga dakwah di lopo kopi tidak

hanya membangun pengetahuan agama, tetapi juga membentuk karakter Islami yang hidup dalam keseharian umat.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian mengenai lopo kopi sebagai media komunikasi dakwah di Kecamatan Barumun Tengah, Kabupaten Padang Lawas, memberikan sejumlah implikasi penting baik dari sisi keagamaan, sosial, maupun komunikasi.

1. Dari perspektif dakwah, penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah tidak selalu harus dilakukan melalui media formal seperti masjid atau majelis taklim, tetapi dapat pula dilakukan melalui ruang sosial informal yang dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Lopo kopi sebagai tempat berkumpul masyarakat telah menjadi sarana strategis untuk menyampaikan pesan-pesan agama secara santai, akrab, dan kontekstual. Hal ini menunjukkan fleksibilitas metode dakwah yang menyesuaikan dengan budaya lokal sehingga pesan agama lebih mudah diterima dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Secara sosial, penelitian ini menekankan pentingnya lopo kopi sebagai pusat interaksi sosial yang memperkuat kohesi masyarakat. Budaya marlopo yang melekat dalam komunitas tersebut memungkinkan terjalinnya komunikasi dua arah antara ustadz dan masyarakat. Dengan demikian, lopo kopi tidak hanya berfungsi sebagai media dakwah, tetapi juga sebagai sarana memperkuat nilai-nilai kekeluargaan, solidaritas, dan gotong royong dalam masyarakat. Implikasi ini menegaskan bahwa strategi dakwah yang memanfaatkan budaya lokal dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dan menguatkan hubungan sosial di tingkat komunitas.

3. Dari sudut pandang komunikasi, penelitian ini memperlihatkan bagaimana media informal dapat menjadi saluran komunikasi efektif yang menekankan interaksi personal, dialog, dan partisipasi aktif. Ustadz yang memanfaatkan lopo kopi sebagai media dakwah mampu menyesuaikan metode penyampaian dengan kondisi audiens, sehingga komunikasi dakwah bersifat lebih adaptif, persuasif, dan kontekstual. Implikasi praktisnya adalah perlunya pengembangan strategi komunikasi dakwah yang kreatif, berbasis budaya lokal, serta mampu menjembatani antara pesan agama dan kehidupan masyarakat sehari-hari.

Penelitian ini memberikan wawasan bahwa integrasi budaya lokal dan pendekatan komunikasi yang fleksibel dapat memperluas efektivitas dakwah. Pihak-pihak yang berkepentingan, seperti lembaga dakwah, penggiat agama, maupun pemerintah daerah, dapat mempertimbangkan lopo kopi atau ruang sosial informal lainnya sebagai media strategis dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan sekaligus memperkuat nilai sosial di masyarakat.

C. Saran

1. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Padang Lawas. Diharapkan dapat memberikan perhatian lebih terhadap pelestarian budaya *marlopo* sebagai aset sosial dan kultural daerah. Pemerintah dapat menjadikan lopo kopi sebagai sarana edukasi dan dakwah berbasis masyarakat dengan dukungan program pembinaan, pelatihan komunikasi dakwah, serta peningkatan fasilitas pendukung di setiap lopo yang aktif.

2. Bagi Para Da'i dan Tokoh Agama. Perlu mengoptimalkan potensi lopo kopi sebagai ruang dakwah nonformal. Ustadz dan muballigh dapat menyesuaikan materi dakwah dengan bahasa lokal dan konteks sosial masyarakat agar pesan keagamaan lebih mudah dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
3. Bagi Pengelola Lopo Kopi dan Masyarakat Lokal. Diharapkan dapat terus menjaga suasana positif di lopo kopi agar tetap menjadi tempat yang edukatif, komunikatif, dan bernilai spiritual. Pengelola dapat menginisiasi kegiatan rutin seperti diskusi keagamaan, kajian ringan, atau dialog sosial yang bernuansa islami dan membangun solidaritas sosial.
4. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya. Penelitian ini masih terbatas pada aspek komunikasi dakwah dan budaya marlopo di satu wilayah. Peneliti berikutnya disarankan memperluas kajian pada dimensi ekonomi kreatif, transformasi digital, atau peran lopo kopi dalam pembangunan masyarakat desa secara berkelanjutan.
5. Bagi Lembaga Pendidikan Islam. Diharapkan lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi Islam, dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan ajar atau referensi pengembangan kurikulum dakwah berbasis kearifan lokal. Pendekatan seperti *marlopo* dapat menjadi model alternatif dalam mengajarkan komunikasi dakwah yang kontekstual dan membumi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Baqi. M.F, (2007), *Al-Mu'jam Al-Mufahras Li Alfazh Al-Quran*, Kairo: Dâr Al-Hadits.
- Ardani. M, (2006), *Memahami Permasalahan Fiqih Dakwah*, tt: Mitra Cahaya Utama.
- Ar-Raḥili. H, *Manhaj Al-Quran Al-Karim Fi Dakwah Al-Musyrikin Ila AllIslam,*” *Jilid ke-1*, Matabah Syamila.”
- Ar-Râzî, F. (tt), *Mafatih Al-Ghaib*, Beirut: Dar Kutub Al-Ilmiyah, Jilid. Ke-20.
- Asy-Sya'rqawi. M, *Khawâthir Al-Iman, Jilid ke-10*
- Aziz. M.A, (2004), *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana
- Azwar. A, *Metode Penelitian*, (2009), Jakarta: Ghalila Indonesia.
- Cangara. H, (2013), *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* Jakarta: Rajawali Pers.
- Echolsa. J. M & Shadily. H, (2014), *Kamus Inggris-Indonesia*, Jakarta: PT Gramediaa Pustaka Utama
- Effendy. O.U, (2001) *Ilmu Komunikasia Teori dan Praktek*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Hardani, (2020), *Metode Penulisan Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hidayat, D. (2012), *Komunikasi Antar Pribadi dan Mediana Fakta Penelitian Fenomologi Orang Tua Karir dan Anak Remaja*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Elitonga. E. S, (2009), *Strategi Komunikasi Dalam Bisnis*, Jakarta: Cipta Media Nusantara.
- Harahap, S. (2021). *Tradisi Marlopo Sebagai Media Komunikasi Sosial Masyarakat Tapanuli Bagian Selatan*. Jurnal Komunikasi dan Masyarakat, Vol. 5(2), 123–136.
- Ilaihi. W, (2010), *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Khoirina, F. (2009), *Ekspresi Keberagaman Komonitas Warung Kopi*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Kurniawan, A. & Ridlo M.R. (2017), Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi, dalam *Jurnal Sosiologi DILEMA*, Volume 32 (1) hlm. 11
- Lubis, R. A. (2019). *Fungsi Sosial Warung Kopi Tradisional dalam Interaksi Komunitas Lokal*. *Jurnal Ilmu Sosial Budaya*, Vol. 6(3), 78–89.
- Maharani. N, (2016), *Kosumsi Ruang Cafe*, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Moleong. L. J, (2008)*Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, A.S. & Safei A.A (2003), *Metode Penelitian Dakwah*, Bandung: Penerbit CV. Pustaka Setia Cetakan Ke-01.
- Munir. M & Ilaihi. I, (2006), *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mustaqim, A. (2017), *Metode Penelitian Al-Quran dan Tafsir*, Yogyakarta: Idea Press.
- Nasution.R.H & Amal. B.K, (2002), *Dampak Lopo Kopi terhadap Peran Kepala Keluarga (Perspektif Robert King Merton di Desa Mandasip Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara)*, *Jurnal Antropologi Sumatera*, Vol. 20 no.1.
- Nasution, M. T. (2020). *Lopo Kopi dan Wacana Sosial: Studi Etnografi Komunikasi di Kabupaten Padang Lawas*. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 3(1), 45–60.
- Pramita, A. & Pinasti, I.S. (2016), Nongkrong Di Warung Kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Di Mato Kopi Jogjakarta, dalam *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Volume 5 (6), hlm 3.
- Rangkuti, A.N. (2014), *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Cita Pustaka Media.
- Rasyad, A. (2011), *Media Pembelajaran, cet. 14*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- RI, D.A. (2005) *Al-Qur'an dan Terjemah*, Bandung : CV. Diponogoro.
- Rustan, A.S. & Hakki, N. (2017), *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Deepublish.
- Salim dan Syahrums, (2012), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media.

- Saputra. W, (2012), *Pengantar Ilmu Dakwah, Cet. II*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Shihab. Q, (2009), *Membumikan Al-Quran*, Bandung: Mizan Pustaka.
- Subagyo. J, (2015), *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik* Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono, (2014), *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Thoifah. T, (2015), *Manajemen Dakwah*, Malang: Madani Press,
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, (1990) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Yasir, (2020), *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*, Yogyakarta: Deepublish.
- Yuliana. M.E & Utami. I.W, (2018), *Komunikasi Antar Individu*, Yogyakarta: Suluh Media.
- Zaidallah, A.I. (2002), *Strategi Dakwah Dalam Membentuk Da'i dan Khatib Profesional*, Jakarta: Kalam Mulia.
- Zaidan, K.W. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*”, Terj. Asywadi Syukur, *Jilid ke-2*.
- Zuhaili. W, *Tafsir Al-Munir Jilid ke 14*, Maktabah Syamilah.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

Nama : YUNUS HUSEIN HARAHAAP
NIM : 2350400012
Tempat/Tanggal Lahir : Binanga, 2 Agustus 1983
Jenis Kelamin : Laki Laki
Agama : Islam
Alamat : Desa Binanga, Kec. Barumun
Tengah Kab. Padang Lawas
Email : yunushuseinharahap@gmail.com

B. IDENTITAS ORANGTUA

Nama Ayah : Mhd. Tayamin Harahap (Alm)
Nama Ibu : Tiaslan Siregar
Pekerjaan Ayah : -

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

SD Negeri 142886 Binanga, Kab. Padang Lawas : 1990-1996
MTs Negeri Binanga, Kab. Padang Lawas : 1996-1999
MAN Barumun Tengah, Kab. Padang Lawas : 1999-2002
Universitas Negeri Medan (Unimed) : 2009-2013
UIN SYAHADA Padangsidimpuan : 2023-Sekarang

TRANSKRIP OBSERVASI LAPANGAN

A. IDENTITAS DAN KONDISI UMUM LOKASI OBSERVASI

Hasil Observasi:

Lopo kopi di Kecamatan Barumun Tengah umumnya berada di tepi jalan utama desa dan mudah diakses oleh masyarakat. Bangunan lopo kopi bersifat sederhana dengan meja panjang, kursi kayu, serta area terbuka yang memungkinkan interaksi antarpengunjung. Suasana lopo kopi relatif ramai, terutama pada pagi hari setelah masyarakat pulang dari ladang dan pada sore hingga malam hari. Pengunjung terdiri dari berbagai kelompok usia, mulai dari pemuda hingga tokoh masyarakat.

B. POLA KEGIATAN MARLOPO

Hasil Observasi:

Kegiatan marlopo berlangsung secara rutin setiap hari. Pada pagi hari, pengunjung didominasi oleh petani dan pedagang yang memanfaatkan waktu sebelum beraktivitas. Pada sore dan malam hari, jumlah pengunjung meningkat dan lebih beragam. Interaksi terjadi secara alami tanpa struktur formal, ditandai dengan percakapan santai sambil minum kopi. Topik pembicaraan berkembang secara dinamis mengikuti situasi dan kebutuhan masyarakat.

C. AKTOR YANG TERLIBAT DALAM MARLOPO

Hasil Observasi:

Aktor yang terlibat dalam kegiatan marlopo meliputi ustadz, tokoh adat, pemuda, petani, pedagang, dan masyarakat umum. Ustadz hadir tidak sebagai penceramah formal, melainkan sebagai bagian dari komunitas yang ikut duduk dan berbincang bersama masyarakat. Tidak terdapat pembatasan status sosial dalam interaksi, seluruh pengunjung memiliki kesempatan yang sama untuk berbicara dan menyampaikan pendapat.

D. BENTUK INTERAKSI SOSIAL

Hasil Observasi:

Interaksi sosial di lopo kopi berlangsung secara akrab, egaliter, dan partisipatif. Percakapan dilakukan dalam bahasa daerah maupun bahasa Indonesia sederhana. Pengunjung saling menyela secara sopan, menunjukkan sikap saling menghargai. Diskusi sering berkembang dari topik ringan menuju persoalan yang lebih serius, termasuk masalah sosial dan keagamaan. Tidak terlihat dominasi satu pihak dalam percakapan.

E. BENTUK DAN PROSES DAKWAH DI LOPO KOPI

Hasil Observasi:

Dakwah tidak disampaikan dalam bentuk ceramah formal, melainkan melalui dialog dan nasihat singkat yang diselipkan dalam percakapan sehari-hari. Ustadz sering merespons pertanyaan masyarakat dengan mengaitkan ajaran Islam pada pengalaman konkret. Penyampaian pesan dilakukan secara persuasif dan komunikatif, tanpa tekanan atau paksaan.

F. PESAN-PESAN DAKWAH YANG MUNCUL

Hasil Observasi:

Pesan dakwah yang sering muncul meliputi penguatan akidah, pentingnya shalat, pembinaan akhlak, kejujuran, menjaga silaturahmi, kebersihan lingkungan, serta kepedulian sosial. Pesan-pesan tersebut muncul secara kontekstual sesuai topik pembicaraan yang sedang berlangsung. Dalam beberapa kesempatan, ustadz mengaitkan persoalan ekonomi dan konflik sosial dengan nilai-nilai Islam.

G. RESPONS DAN PARTISIPASI MASYARAKAT

Hasil Observasi:

Masyarakat menunjukkan respons positif terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Hal ini terlihat dari keaktifan mereka bertanya, mengangguk sebagai tanda persetujuan, serta menanggapi dengan pengalaman pribadi. Suasana diskusi berlangsung hidup dan tidak kaku. Beberapa pengunjung tampak mencatat atau mengingat pesan yang disampaikan ustadz.

H. DAMPAK SOSIAL YANG TERAMATI

Hasil Observasi:

Dari pengamatan berulang, terlihat adanya perubahan sikap masyarakat, seperti meningkatnya kepedulian terhadap kebersihan lopo kopi, sikap saling menghormati, dan kecenderungan menyelesaikan masalah melalui musyawarah. Lopo kopi berfungsi sebagai ruang publik religius yang memperkuat kohesi sosial dan nilai keagamaan dalam kehidupan masyarakat.

CATATAN REFLEKTIF PENELITI

Berdasarkan observasi lapangan, lopo kopi di Kecamatan Barumon Tengah tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul, tetapi telah berkembang menjadi media komunikasi dakwah berbasis budaya lokal. Proses dakwah berlangsung secara natural, dialogis, dan kontekstual, sehingga mudah diterima oleh masyarakat dari berbagai latar belakang.

Padang Lawas, Desember 2025

Yunus Husein Harahap



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

TRANSKRIP WAWANCARA

A. INFORMAN UTAMA

Tokoh Agama / Ustadz Marlopo

Informan 1

Nama: Amri Rizal Lubis (54 thn – Manombo)

Peneliti: Apa arti marlopo bagi masyarakat di sini?

Informan: Marlopo adalah budaya berkumpul masyarakat untuk silaturahmi, bertukar informasi, dan membahas persoalan hidup sehari-hari.

Peneliti: Bagaimana biasanya kegiatan marlopo berlangsung?

Informan: Biasanya pagi dan sore hari, diikuti petani, pedagang, dan warga sekitar dengan topik pertanian, ekonomi, dan agama.

Peneliti: Bagaimana ustadz memulai dakwah di lopo kopi?

Informan: Saya memulai dari obrolan biasa, lalu perlahan menyelipkan nasihat agama.

Peneliti: Tema dakwah apa yang sering dibahas?

Informan: Akhlak, ibadah, kebersihan, dan hubungan sosial.

Peneliti: Apakah ada dampak nyata dari dakwah tersebut?

Informan: Ada, masyarakat lebih sadar ibadah dan menjaga kebersamaan.

Informan 2

Nama: Burnang Harahap (49 thn – Binanga)

Peneliti: Apa makna marlopo bagi masyarakat Binanga?

Informan: Marlopo mempererat ukhuwah dan menjadi ruang komunikasi masyarakat.

Peneliti: Apakah dakwah di lopo berbeda dengan di masjid?

Informan: Sangat berbeda, di lopo lebih santai dan dialogis.

Peneliti: Bagaimana respon masyarakat?

Informan: Masyarakat lebih aktif dan terbuka.

Informan 3

Nama: Martua Hasibuan (47 thn – Binanga)

Peneliti: Apa peran lopo kopi dalam kehidupan sosial?

Informan: Lopo kopi menjadi pusat diskusi dan musyawarah warga.

Peneliti: Dari mana biasanya topik dakwah muncul?

Informan: Lebih sering dari pertanyaan masyarakat.

Peneliti: Apakah ada perubahan sikap masyarakat?

Informan: Ada, terutama dalam gotong royong dan sikap saling menghargai.

Informan 4

Nama: Mahmudin Ali Syukur Siregar, S.Pd.I (35 thn – Siboris Bahal)

Peneliti: Mengapa lopo kopi efektif sebagai media dakwah?

Informan: Karena banyak pemuda berkumpul dan suasananya tidak formal.

Peneliti: Tema apa yang sering dibahas dengan pemuda?

Informan: Akhlak, pergaulan, dan tanggung jawab sosial.

Informan 5

Nama: Taufik Akbar Hasibuan, M.Pd.I (36 thn – Pasar Binanga)

Peneliti: Bagaimana cara menyesuaikan bahasa dakwah?

Informan: Menggunakan bahasa sederhana dan contoh kehidupan sehari-hari.

Peneliti: Bagaimana efektivitas dakwah di lopo kopi?

Informan: Sangat efektif karena pesan mudah diterima.

Informan 6

Nama: Asrian Efendi Tanjung, S.Pd.I (48 thn – Manombo)

Peneliti: Nilai apa yang diwariskan melalui marlopo?

Informan: Nilai kebersamaan, saling menghormati, dan musyawarah.

Peneliti: Tema dakwah yang dominan?

Informan: Kejujuran dan silaturahmi.

Informan 7

Nama: Darwin Siregar (45 thn – Bangkudu)

Peneliti: Apakah masalah sosial dibahas di lopo kopi?

Informan: Sangat sering, seperti konflik dan ekonomi masyarakat.

Peneliti: Apa manfaatnya?

Informan: Konflik bisa diselesaikan secara damai.

Informan 8

Nama: Ansyori Hasibuan (48 thn – Pasar Binanga)

Peneliti: Bagaimana bentuk dakwah di lopo kopi?

Informan: Dakwah dilakukan secara perlahan dan tidak menggurui.

Peneliti: Dampaknya bagi masyarakat?

Informan: Kesadaran beragama meningkat.

Informan 9

Nama: Mukti Ali Tanjung, S.Ag (50 thn – Janji Manahan)

Peneliti: Apa fungsi lopo kopi dalam dakwah?

Informan: Sebagai ruang belajar agama secara informal.

Peneliti: Tema yang sering muncul?

Informan: Ibadah dan kehidupan sosial.

Informan 10

Nama: Drs. Bukit Harahap (58 thn – Pasar Binanga)

Peneliti: Bagaimana pola komunikasi dakwah di lopo kopi?

Informan: Polanya setara, dialogis, dan partisipatif.

Peneliti: Dampaknya?

Informan: Masyarakat lebih tertib dan harmonis.

B. INFORMAN MASYARAKAT (MAD'U)

Informan 11

Nama: Syahrudin Harahap (49 thn – Binanga)

Peneliti: Apa manfaat marlopo bagi Bapak?

Informan: Tempat belajar agama dan berbagi pengalaman.

Informan 12

Nama: Riswan Harahap (33 thn – Janji Manahan)

Peneliti: Bagaimana dakwah di lopo kopi menurut Anda?

Informan: Lebih nyaman dan mudah dipahami.

Informan 13

Nama: Mara Soleh Siregar (59 thn – Siboris Bahal)

Peneliti: Apakah dakwah di lopo kopi berpengaruh?

Informan: Sangat berpengaruh, agama terasa dekat dengan kehidupan.

Informan 14

Nama: Delitua Hasibuan (51 thn – Manombo)

Peneliti: Apa dampak kehadiran ustadz di lopo kopi?

Informan: Suasana lebih tertib dan bersih.

Informan 15

Nama: Wildan Satio Harahap (34 thn – Bangkudu)

Peneliti: Apa perubahan yang Anda rasakan?

Informan: Lebih peduli sosial dan agama.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Informan 16

Nama: Hotmawati Siregar (54 thn – Siboris Bahal)

Peneliti: Bagaimana marlopo memengaruhi kehidupan keluarga?

Informan: Membuat hubungan lebih harmonis.

Informan 17

Nama: Rahmad Siregar (34 thn – Pasar Binanga)

Peneliti: Apakah Anda aktif berdiskusi di lopo kopi?

Informan: Iya, karena suasananya santai.

Informan 18

Nama: Dullah Sakti Hasibuan (34 thn – Binanga)

Peneliti: Nilai apa yang paling Anda rasakan?

Informan: Etika sosial dan saling menghargai.

Informan 19

Nama: Marzuki Rambe (55 thn – Pasar Binanga)

Peneliti: Apa fungsi lopo kopi bagi masyarakat?

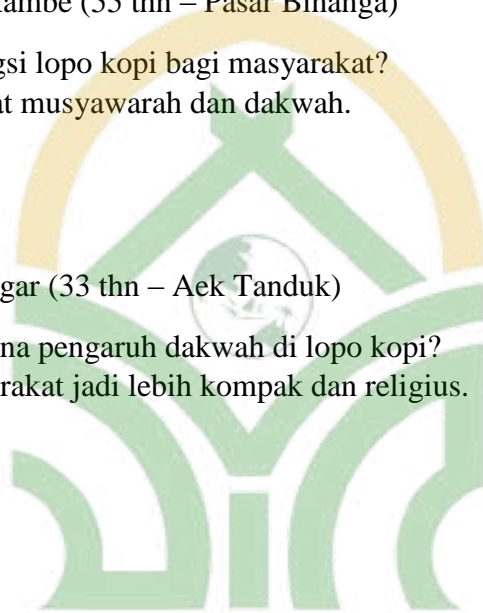
Informan: Tempat musyawarah dan dakwah.

Informan 20

Nama: Arjun Siregar (33 thn – Aek Tanduk)

Peneliti: Bagaimana pengaruh dakwah di lopo kopi?

Informan: Masyarakat jadi lebih kompak dan religius.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

TRANSKRIP WAWANCARA LENGKAP

A. INFORMAN UTAMA (USTADZ MARLOPO)

1. Amri Rizal Lubis (54 thn – Manombo)

Tanya: Apa arti marlopo bagi masyarakat?

Jawab: Marlopo adalah budaya silaturahmi dan musyawarah, bukan sekadar minum kopi.

Tanya: Bagaimana kegiatan marlopo berlangsung?

Jawab: Pagi dan sore, ramai petani dan warga, topiknya kehidupan sehari-hari.

Tanya: Bagaimana dakwah dilakukan?

Jawab: Lewat obrolan santai, diselipkan nilai agama.

Tanya: Tema dakwah utama?

Jawab: Akhlak, ibadah, kebersihan, dan sosial.

2. Burnang Harahap (49 thn – Binanga)

Jawab: Marlopo memperkuat ukhuwah.

Jawab: Dakwah di lopo lebih diterima karena tidak formal.

Jawab: Masyarakat aktif bertanya soal ibadah dan ekonomi.

Jawab: Ada perubahan sikap, lebih rukun.

3. Martua Hasibuan (47 thn – Binanga)

Jawab: Lopo kopi ruang komunikasi publik.

Jawab: Dakwah dialogis, dua arah.

Jawab: Topik sering muncul dari masyarakat.

Jawab: Dampak terlihat pada gotong royong.

4. Mahmudin Ali Syukur Siregar, S.Pd.I (35 thn – Siboris Bahal)

Jawab: Marlopo efektif menjangkau pemuda.

Jawab: Bahasa dakwah disesuaikan usia dan konteks.

Jawab: Tema akhlak dan pergaulan.

Jawab: Pemuda lebih terbuka.

5. Taufik Akbar Hasibuan, M.Pd.I (36 thn – Pasar Binanga)

Jawab: Dakwah di lopo lebih membumi.

Jawab: Banyak diskusi ekonomi dan ibadah.

Jawab: Respons masyarakat positif.

Jawab: Terjadi perubahan perilaku sosial.

6. Asrian Efendi Tanjung, S.Pd.I (48 thn – Manombo)

Jawab: Marlopo sarana edukasi informal.

Jawab: Dakwah tidak menggurui.

Jawab: Tema kejujuran dan silaturahmi.

Jawab: Hubungan sosial membaik.

7. Darwin Siregar (45 thn – Bangkudu)

Jawab: Lopo kopi pusat diskusi desa.
Jawab: Dakwah mudah diterima.
Jawab: Masalah sosial sering dibahas.
Jawab: Konflik bisa dicegah.

8. Ansyori Hasibuan (48 thn – Pasar Binanga)

Jawab: Marlopo budaya komunikasi lama.
Jawab: Dakwah dilakukan perlahan.
Jawab: Tema ibadah dan akhlak.
Jawab: Jamaah lebih sadar agama.

9. Mukti Ali Tanjung, S.Ag (50 thn – Janji Manahan)

Jawab: Lopo kopi ruang belajar agama.
Jawab: Dakwah kontekstual.
Jawab: Topik sosial dominan.
Jawab: Dampak terlihat pada kebersamaan.

10. Drs. Bukit Harahap (58 thn – Pasar Binanga)

Jawab: Marlopo sarana dakwah kultural.
Jawab: Komunikasi setara.
Jawab: Tema iman dan moral.
Jawab: Masyarakat lebih tertib.

B. INFORMAN MASYARAKAT (MAD'U)

11. Syahrudin Harahap (49 thn – Binanga)

Jawab: Marlopo tempat belajar dan berbagi.
Jawab: Dakwah ustadz mudah dipahami.
Jawab: Ada perubahan sikap.

12. Riswan Harahap (33 thn – Janji Manahan)

Jawab: Saya lebih nyaman diskusi di lopo.
Jawab: Banyak belajar soal ibadah.
Jawab: Lebih rajin shalat.

13. Mara Soleh Siregar (59 thn – Siboris Bahal)

Jawab: Marlopo bukan sekadar kebiasaan.

Jawab: Agama hadir dalam kehidupan.

Jawab: Nilai moral makin kuat.

14. Delitua Hasibuan (51 thn – Manombo)

Jawab: Lopo kopi ruang diskusi warga.

Jawab: Dakwah menjaga ketertiban.

Jawab: Lingkungan lebih bersih.

15. Wildan Satio Harahap (34 thn – Bangkudu)

Jawab: Dakwah tidak membosankan.

Jawab: Banyak nasihat kehidupan.

Jawab: Lebih peduli sosial.

16. Hotmawati Siregar (54 thn – Siboris Bahal)

Jawab: Marlopo mempererat silaturahmi.

Jawab: Nasihat ustadz mudah diterima.

Jawab: Keluarga lebih harmonis.

17. Rahmad Siregar (34 thn – Pasar Binanga)

Jawab: Diskusi agama terasa santai.

Jawab: Tidak canggung bertanya.

Jawab: Wawasan bertambah.

18. Dullah Sakti Hasibuan (34 thn – Binanga)

Jawab: Marlopo jadi ruang belajar.

Jawab: Dakwah praktis.

Jawab: Lebih sadar etika sosial.

19. Marzuki Rambe (55 thn – Pasar Binanga)

Jawab: Lopo kopi tempat musyawarah.

Jawab: Dakwah menyentuh kehidupan.

Jawab: Hubungan warga membaik.

20. Arjun Siregar (33 thn – Aek Tanduk)

Jawab: Marlopo budaya penting.

Jawab: Agama disampaikan sederhana.

Jawab: Masyarakat lebih kompak.

TRANSKRIP WAWANCARA

Peneliti: Yunus Husein Harahap

A. INFORMAN UTAMA (USTADZ MARLOPO)

Nama : Amri Rizal Lubis (54 Tahun)

Alamat : Manombo

Profesi : Ustadz

1. Arti marlopo bagi masyarakat

Marlopo itu sudah jadi kebiasaan turun-temurun. Bagi kami, lopo kopi bukan sekadar tempat minum kopi, tapi tempat silaturahmi, bertukar pikiran, dan menyelesaikan persoalan bersama.

2. Kegiatan marlopo

Biasanya pagi dan sore. Pesertanya petani, pedagang, pemuda. Topiknya seputar kebun, ekonomi, hingga agama.

3. Peran lopo kopi

Lopo kopi menjadi pusat komunikasi sosial. Banyak informasi dan keputusan sosial lahir dari sini.

4. Nilai budaya

Nilainya kebersamaan, musyawarah, saling menghargai.

5. Ruang diskusi bersama

Iya, sering jadi tempat diskusi masalah desa, konflik kecil, sampai rencana gotong royong.

Pemanfaatan Lopo Kopi sebagai Dakwah

1. Cara memulai dakwah

Biasanya dari obrolan biasa, lalu saya selipkan nasihat agama.

2. Perbedaan dengan masjid

Di sini lebih santai, tidak kaku.

3. Penyesuaian Bahasa

Pakai bahasa daerah, contoh kehidupan sehari-hari.

4. Keaktifan masyarakat

Lebih aktif di lopo kopi, berani bertanya.

5. Efektivitas

Sangat efektif karena tidak menggurui.

Pesan Dakwah

1. Tema dakwah

Akhlak, shalat, kejujuran, kebersihan, ekonomi halal.

2. Sumber topik

Kebanyakan dari pertanyaan masyarakat.

3. Masalah sosial

Sering dibahas, terutama konflik dan gotong royong.

4. Respons masyarakat

Responnya positif.

5. Perubahan sikap

Ada, masyarakat lebih sadar kebersihan dan ibadah.

Burnang Harahap (49 thn – Binanga)

Marlopo memperkuat ukhuwah; dakwah di lopo lebih menyentuh karena dekat; pesan dominan tentang akhlak, ibadah, dan sosial; masyarakat lebih terbuka dan terjadi perubahan sikap.

Martua Hasibuan (47 thn – Binanga)

Lopo kopi sebagai ruang musyawarah; dakwah bersifat dialogis; topik muncul dari realitas masyarakat; respon jamaah sangat aktif.

Informan 4

Mahmudin Ali Syukur Siregar, S.Pd.I (35 thn – Siboris Bahal)

Dakwah di lopo efektif untuk pemuda; pendekatan persuasif; pembahasan ekonomi dan moral dominan.

Informan 5

Taufik Akbar Hasibuan, M.Pd.I (36 thn – Pasar Binanga)

Bahasa santai; dakwah kontekstual; terjadi perubahan perilaku sosial.

Informan 6–10

(Asrian Efendi Tanjung, Darwin Siregar, Ansyori Hasibuan, Mukti Ali Tanjung, Drs. Bukit Harahap)

Seluruhnya konsisten menyatakan:

- Marlopo adalah budaya komunikasi publik
- Dakwah di lopo bersifat egaliter
- Pesan utama: akhlak, ibadah, sosial
- Dampak nyata dalam kehidupan masyarakat

B. INFORMAN MASYARAKAT / MAD'U (DATA SEKUNDER)

Informan: Mara Soleh Siregar (59 thn – Siboris Bahal)

Arti marlopo

Marlopo tempat belajar dan berbagi.

Peran ustadz

Ustadz tidak menggurui, kami nyaman.

Pesan dakwah

Tentang shalat, akhlak, hidup rukun.

Dampak

Kami lebih sadar agama dalam kehidupan sehari-hari.

Informan lain (Syahrudin Harahap, Delitua Hasibuan, Wildan Satio Harahap, dll.)

Jawaban konsisten:

- Lopo kopi sebagai ruang belajar agama
- Dakwah mudah diterima
- Terjadi perubahan sikap sosial dan keagamaan

C. PEMILIK / PENGELOLA LOPO KOPI

Informan: Delitua Hasibuan (51 thn – Manombo)

Lopo kopi terbuka untuk diskusi; kehadiran ustadz membuat suasana lebih tertib; masyarakat lebih menjaga adab dan kebersihan.

Padang Lawas, Desember 2025

Yunus Husein Harahap



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

TRANSKRIP ANALISIS DOKUMEN

A. IDENTITAS DAN JENIS DOKUMEN YANG DIANALISIS

Dokumen yang Dianalisis:

1. Catatan kegiatan pengajian malam Kamis di lopo kopi
2. Dokumentasi foto aktivitas marlopo
3. Catatan pribadi ustadz terkait dakwah di lopo kopi
4. Jadwal operasional lopo kopi
5. Arsip buletin dakwah sederhana (jika tersedia)

Tujuan Analisis Dokumen:

Untuk memperkuat data hasil observasi dan wawancara serta melihat konsistensi praktik dakwah di lopo kopi sebagai media komunikasi dakwah berbasis budaya lokal.

B. KONTEKS DAN LATAR DOKUMEN

Hasil Analisis:

Dokumen-dokumen yang dianalisis berasal dari aktivitas keseharian masyarakat di lopo kopi Kecamatan Barumun Tengah. Dokumen dibuat secara informal oleh ustadz, pengelola lopo kopi, dan peneliti sebagai bagian dari dokumentasi kegiatan sosial-keagamaan. Secara umum, dokumen mencerminkan aktivitas marlopo yang berlangsung rutin dan berkelanjutan, baik pada hari biasa maupun pada momen tertentu seperti malam Kamis.

C. DESKRIPSI ISI DOKUMEN

Hasil Analisis:

Dokumen foto menunjukkan suasana lopo kopi yang ramai dengan pengunjung dari berbagai usia. Dalam beberapa foto tampak ustadz duduk bersama masyarakat tanpa posisi khusus sebagai penceramah. Catatan kegiatan pengajian mencantumkan tema-tema dakwah seperti akhlak, ibadah, kebersihan lingkungan, dan persatuan umat. Jadwal operasional lopo kopi menunjukkan bahwa lopo kopi buka sejak pagi hingga malam hari, sehingga memungkinkan interaksi sosial dan dakwah berlangsung sepanjang hari.

D. BENTUK KOMUNIKASI DAKWAH DALAM DOKUMEN

Hasil Analisis:

Dokumen menunjukkan bahwa komunikasi dakwah tidak dilakukan secara formal. Tidak ditemukan teks ceramah panjang, melainkan catatan singkat berupa poin-poin nasihat dan diskusi. Hal ini menegaskan bahwa dakwah di lopo kopi berlangsung dalam bentuk dialog dan percakapan sehari-hari. Beberapa dokumen buletin dakwah menggunakan bahasa sederhana dan lokal, menunjukkan upaya penyesuaian pesan dengan kondisi masyarakat.

E. PESAN-PESAN DAKWAH YANG TERDOKUMENTASI

Hasil Analisis:

Pesan dakwah yang terdokumentasi mencakup penguatan akidah, pentingnya shalat, pembinaan akhlak, kejujuran dalam bermuamalah, menjaga kebersihan lingkungan, serta mempererat silaturahmi. Pesan-pesan tersebut selaras dengan temuan wawancara dan observasi lapangan, sehingga memperlihatkan konsistensi antara data lisan dan data tertulis.

F. PERAN USTADZ DAN MASYARAKAT DALAM DOKUMEN

Hasil Analisis:

Dalam dokumen foto dan catatan kegiatan, ustadz tampak berperan sebagai fasilitator diskusi, bukan sebagai otoritas tunggal. Masyarakat terlihat aktif terlibat dalam diskusi dan kegiatan, duduk bersama tanpa sekat sosial. Hal ini menguatkan temuan bahwa lopo kopi berfungsi sebagai ruang komunikasi egaliter dalam proses dakwah.

G. NILAI BUDAYA DAN SOSIAL YANG TERCERMIN

Hasil Analisis:

Dokumen mencerminkan nilai-nilai budaya marlopo seperti kebersamaan, musyawarah, dan keterbukaan. Kehadiran dakwah dalam ruang budaya ini menunjukkan integrasi antara nilai Islam dan budaya lokal. Tidak ditemukan pertentangan antara praktik budaya marlopo dengan ajaran Islam, melainkan saling memperkuat.

H. KONSISTENSI DOKUMEN DENGAN DATA OBSERVASI DAN WAWANCARA

Hasil Analisis:

Hasil analisis dokumen menunjukkan kesesuaian yang kuat dengan data observasi dan wawancara. Tema dakwah, pola komunikasi, serta peran ustadz dan masyarakat yang terekam dalam dokumen sejalan dengan penjelasan para informan. Hal ini menunjukkan adanya triangulasi data yang baik dan memperkuat validitas hasil penelitian.

I. TEMUAN ANALITIS PENELITI

Hasil Analisis:

Berdasarkan analisis dokumen, dapat disimpulkan bahwa lopo kopi berfungsi sebagai media komunikasi dakwah yang efektif dan berkelanjutan. Dokumen mendukung temuan bahwa dakwah di lopo kopi bersifat kultural, dialogis, dan kontekstual. Kehadiran dakwah dalam dokumen memperlihatkan bahwa praktik ini telah menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat, bukan kegiatan insidental.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD LDDRY
PADANGSIDIMPUAN
Padang Lawas, Desember 2025

Yunus Husein Harahap

Pedoman Wawancara

YUNUS HUSEIN HARAHAHAP

NIM. 2350400012

Judul: *Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah di Kabupaten Padang Lawas (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Barumon Tengah)*

Informan Utama:

1. Tokoh agama/Ustadz yang aktif berdakwah di lopo kopi
2. Masyarakat (jamaah/mad'u) yang sering ikut marlopo
3. Pemilik/pengelola lopo kopi

1. Bagaimana budaya marlopo di Kecamatan Barumon Tengah Kabupaten Padang Lawas?

Indikator Teoritis:

Pertanyaan Wawancara:

1. Bisa Bapak/Ibu ceritakan apa arti marlopo bagi masyarakat di sini?
2. Bagaimana biasanya kegiatan marlopo berlangsung (waktu, peserta, topik yang dibicarakan)?
3. Apa peran lopo kopi dalam kehidupan sosial masyarakat?
4. Menurut Bapak/Ibu, nilai budaya apa saja yang diwariskan melalui kebiasaan marlopo?
5. Apakah marlopo juga berfungsi sebagai ruang diskusi untuk membicarakan persoalan bersama?

2. Bagaimana ustadz memanfaatkan lopo kopi sebagai sarana dakwah bagi masyarakat Kecamatan Barumon Tengah Kabupaten Padang Lawas?

Pertanyaan Wawancara:

1. Bagaimana biasanya ustadz memulai dakwah di lopo kopi?

2. Apakah ada perbedaan cara menyampaikan dakwah di lopo kopi dibandingkan di masjid atau majelis taklim?
 3. Bagaimana ustadz menyesuaikan bahasa dan topik dakwah dengan kondisi masyarakat di lopo kopi?
 4. Apakah masyarakat lebih aktif berdiskusi saat di lopo kopi dibanding di forum dakwah formal?
 5. Bagaimana ustadz menilai efektivitas dakwah melalui lopo kopi?
3. **Apa saja pesan-pesan dakwah yang biasa dibahas di lopo kopi antara ustadz dan masyarakat di Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas?**

Pertanyaan Wawancara:

1. Tema apa saja yang biasanya dibahas ustadz di lopo kopi? (misalnya masalah ibadah, sosial, ekonomi, akhlak, dll.)
2. Apakah topik dakwah lebih banyak muncul dari ustadz atau dari pertanyaan masyarakat?
3. Seberapa sering masalah sosial masyarakat (misalnya gotong royong, konflik, ekonomi) ikut dibicarakan dalam diskusi di lopo kopi?
4. Apa respon masyarakat terhadap pesan-pesan dakwah tersebut?
5. Apakah setelah diskusi di lopo kopi ada perubahan sikap atau tindakan nyata di masyarakat?

DOKUMENTASI



PROJEKSI Negeri
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN



UNIVERSITAS ISLAM Negeri
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN



SYEK

DEY



SYE KH...
INDONESIA



UNIVERSITAS MENJENGREK
SYEKH ALIYAHU ALY BINA BINA DARY





UNI
SYEKH AL

DARY





SYEKH

RY















UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang Kota Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website: <https://pasca.uinsyahada.ac.id>

Nomor : B- 2823/Un.28/AL/TL.00/10/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Mohon Izin Riset**

20 Oktober 2025

Yth. Bapak/Ibu Camat Barumon Tengah Kab. Padang Lawas

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Direktur Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan:

Nama : Yunus Husein Harahap
NIM : 2350400012
Program Studi : S2-Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Tesis : Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah di Kabupaten Padang Lawas (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Barumon Tengah)

adalah benar sedang menyelesaikan Tesis, maka kami memohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberikan data sesuai dengan judul Tesis tersebut.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

an. Direktur
Wakil Direktur,



Dr. Hj. Zulhingga, S.Ag., M.Pd. 97
NIP 19720702 199703 2 003



PEMERINTAH KABUPATEN PADANG LAWAS
KECAMATAN BARUMUN TENGAH

Jalan Ahmad Yani Nomor : 16 Binanga

Kode Pos : 22755

Binanga, 04 November 2025

Nomor : 070 / 517 / 2025
Sifat : Penting
Lampiran : -
Perihal : Balasan Izin Riset

Kepada Yth :
Direktur Universitas Islam Negeri
Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
Pascasarjana Program Magister
di -
Padangsidempuan

Berdasarkan Surat Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
Nomor : B-2823/Un.28/AL/TL.00/10/2025 tanggal 20 November 2025 Perihal Mohon Izin Riset
kepada mahasiswa An :

Nama : **YUNUS HUSEIN HARAHAAP**
NIM : 2350400012
Program Studi : S2 – Komunikasi dan Penyiaran Islam
No. Hp : 0822 - 4895 - 4520
Judul Tesis : Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah di Kabupaten Padang Lawas (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Barumun Tengah).

Mahasiswa tersebut diatas benar telah melakukan Riset terhitung mulai tanggal 21 Oktober s/d 03 November 2025 di Kabupaten Padang Lawas (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Barumun Tengah). Sebagai syarat menyelesaikan Tesis, dengan Judul : ***“Lopo Kopi Sebagai Media Komunikasi Dakwah di Kabupaten Padang Lawas (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Barumun Tengah).”***

Demikian surat ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian di ucapkan terima kasih

PEMERINTAH KABUPATEN PADANG LAWAS
KECAMATAN BARUMUN TENGAH
EDI USMAN HASIBUAN, S.Kom
Penata Angkasa (III/d)
NIP. 19720323 199203 1 005

Tembusan :

1. Yth. Bapak Bupati Padang Lawas (Sebagai Laporan)
2. Yth. Inspektur Kabupaten Padang Lawas
3. Yth. Kepala Dinas Pendidikan Kab. Padang Lawas
4. Peringgal