

ABSTRAK

Ardiansyah P. N. 2026. Strategi Pesan Dakwah Duta Kampus Sebagai Personifikasi Brand Kampus Islami. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Pembimbing : Dra. Siti Misbah, M.Pd.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh peran Duta Kampus Universitas Muhammadiyah Bengkulu sebagai *brand ambassador* yang tidak hanya mempromosikan kampus, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai Islam melalui strategi pesan dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pesan dakwah yang digunakan Duta Kampus dalam membentuk personifikasi brand kampus Islami.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri atas ketua, Wakil 1 putri, anggota Duta Kampus, serta mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, sedangkan teori yang digunakan adalah Teori Interaksi Simbolik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pesan dakwah dilakukan melalui komunikasi verbal, pemanfaatan media sosial, serta keteladanan dalam perilaku sehari-hari. Nilai-nilai Islam ditampilkan melalui cara berpakaian, etika berbicara, sikap, dan interaksi sosial sehingga membentuk persepsi mahasiswa terhadap Duta Kampus sebagai representasi identitas kampus Islami. Dengan demikian, Duta Kampus berperan sebagai *brand ambassador* sekaligus personifikasi brand kampus Islami yang mampu memperkuat citra Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Kata Kunci: Strategi Pesan Dakwah, Duta Kampus, Brand Ambassador, Interaksi Simbolik, Kampus Islami.

ABSTRACT

Nuri, Ardiansyah Putra. 2026. Da'wah Message Strategies of Campus Ambassadors as Personifications of an Islamic Campus Brand. Supervisor: Dra. Siti Misbah, M.Pd.I.

This research was motivated by the role of Campus Ambassadors of Universitas Muhammadiyah Bengkulu as brand ambassadors who not only promote the university but also represent Islamic values through da'wah message strategies. This study aims to examine the da'wah message strategies employed by Campus Ambassadors in shaping the personification of the university as an Islamic campus brand. This research employed a qualitative approach with a descriptive method. The data were collected through observation, interviews, and documentation involving the chairperson, the First Female Vice Chairperson, Campus Ambassador members, and students of Universitas Muhammadiyah Bengkulu as informants. The data were analyzed using the Miles and Huberman model, while Symbolic Interactionism Theory was employed as the theoretical framework. The results show that da'wah message strategies are implemented through verbal communication, the use of social media, and exemplary behavior in everyday life. Islamic values are represented through clothing, speaking etiquette, attitudes, and social interactions, thereby shaping students' perceptions of Campus Ambassadors as representatives of the university's Islamic identity. Thus, Campus Ambassadors serve not only as brand ambassadors but also as personifications of the Islamic campus brand, contributing to strengthening the image of Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Keywords: Da'wah Message Strategies, Campus Ambassadors, Brand Ambassador, Symbolic Interactionism, Islamic Campus

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) berawal dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Sosial (FKIS) yang merupakan cabang IKIP Muhammadiyah Jakarta di Bengkulu, didirikan pada 1 Agustus 1970. Pada saat itu, FKIS hanya memiliki dua program studi, yaitu Pendidikan Ilmu Administrasi dan Pendidikan Ekonomi Perusahaan. Kemudian, pada 1 Juni 1973, FKIS berubah menjadi Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) Muhammadiyah Bengkulu. Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya dukungan masyarakat, STKIP berkembang menjadi universitas. Perubahan ini disahkan pada 20 Juni 1991 melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, dan diresmikan pada 31 Agustus 1991.¹

Dengan latar belakang sejarah berdirinya tersebut menunjukkan bahwa universitas muhammadiyah Bengkulu sangat serius dalam membangun peradaban. Saat ini telah berkembang menjadi universitas dengan akreditasi unggul dan kampus swasta terbaik pertama di Provinsi Bengkulu. Universitas Muhammadiyah Bengkulu merupakan kampus Muhammadiyah tentunya kampus yang lekat dengan identitas kampus islami yang memiliki nilai lebih dibandingkan dengan kampus lainnya.

“ Visi Universitas Muhammadiyah Bengkulu adalah:

Universitas Muhammadiyah Bengkulu Menjadi Perguruan Tinggi Unggul dalam IPTEKS, kewirausahaan dan Peradaban Kampus yang islami pada tahun 2028 “.²

¹ Universitas Muhammadiyah Bengkulu, *Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Bengkulu*, dikutip dari <https://umb.ac.id/visi-misi-umb/>, diakses pada 23 Desember 2025.

² Ibid

Visi tersebut merupakan tujuan besar, untuk dapat mewujudkannya perlu konsistensi dan kegigihan yang bukan hanya isapan jempol belaka, kita akan focus pada nilai kampus islami yang erat kaitannya dengan dakwah yang merujuk pada kampus islami. Dalam konteks tersebut tentunya, dakwah tidak hanya disampaikan melalui mimbar atau ceramah formal, tetapi juga melalui berbagai media komunikasi modern dan intraksi simbolik di lingkungan kampus. Salah satu peran strategis yang berkembang di lingkungan perguruan tinggi adalah keberadaan Duta Kampus.

Duta Kampus mulai berdiri sekitar tahun 2018 dan pada tahun 2019 ditetapkan sebagai UKM Duta Kampus yang menjadi lembaga resmi di Universitas Muhammadiyah Bengkulu pada masa Wakil Rektor III Pak Susiyanto, bersama Pak Agung Karisma dan beberapa dosen yang turut membantu proses pembentukan. Terbentuknya Duta Kampus dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan mahasiswa yang dapat terlibat dalam kegiatan promosi kampus sekaligus menjadi wadah bagi mahasiswa yang mengikuti kegiatan pageant di luar kampus. Dengan demikian, sejak awal keberadaannya, Duta Kampus tidak hanya berfungsi sebagai wadah kegiatan mahasiswa, tetapi juga memiliki peran sebagai representasi Universitas Muhammadiyah Bengkulu dalam memperkenalkan dan membangun citra kampus kepada masyarakat.³

Dalam aktivitasnya duta kampus sudah banyak melakukan kegiatan kegiatan yang memberikan pandangan mahasiswa terhadap kampus Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang dinilai sebagai kampus islami. Kegiatan kegiatan tersebut seperti karantina, upgrading skill, promosi kampus, menjadi tamu diacara acara luar kampus, edukasi wawasan , dan kegiatan lainnya yang mampu mennginspirasi orang lain. Duta Kampus Universitas Muhammadiyah Bengkulu tidak hanya diposisikan sebagai representasi institusi dalam kegiatan internal

³ Wawancara dengan Pak Rasman (Ka.UPT Kemahasiswaan UM Bengkulu), Bengkulu 10 Agustus 2026

maupun eksternal, tetapi juga sebagai brand ambassador kampus Islami yang mengemban fungsi strategis dalam penyampaian dakwah. Dalam konteks ini, yang menjadi fokus utama bukan sekedar peran, melainkan bagaimana strategi pesan dakwah dirancang dan diimplementasikan melalui sikap, tutur kata, penampilan, serta aktivitas komunikasi yang dilakukan. Strategi tersebut mencakup cara pengemasan pesan agar bersifat persuasif, kontekstual, dan relevan dengan karakteristik generasi muda.⁴

Di era digital dan media sosial, strategi pesan dakwah mengalami transformasi yang signifikan. Penyampaian dakwah tidak lagi bersifat satu arah, melainkan membutuhkan pendekatan yang kreatif, interaktif, dan dekat dengan kehidupan audiens. Oleh karena itu, Duta Kampus dituntut untuk mampu menyusun strategi pesan dakwah yang efektif, baik melalui pemilihan bahasa, media, maupun gaya penyampaian yang sesuai dengan perkembangan zaman. Melalui strategi tepat agar pesan-pesan dakwah seperti nilai akhlakul karimah, etika pergaulan, dan semangat *amar ma'ruf nahi munkar* dapat disampaikan secara lebih sistematis dan mudah diterima oleh audiens.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji strategi pesan dakwah yang terkandung dalam peran Duta Kampus Universitas Muhammadiyah Bengkulu sebagai brand ambassador kampus Islami. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran akademik mengenai bagaimana dakwah dapat dikemas melalui peran simbolik dan komunikasi representatif di lingkungan perguruan tinggi Islam, khususnya dalam perspektif Komunikasi dan Penyiaran Islam. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Strategi Pesan Dakwah Duta Kampus Sebagai Personifikasi Brand Kampus Islami”**.

⁴ Duta Kampus. “*DutakampusUmbengkulu*”. Dikutip dari <https://www.instagram.com/dutakampusumbengkulu?igsh=c3o3YzZ6YnFudXkx> Diakses pada 1 Mei 2026

B. Fokus Masalah

Penelitian ini berfokus pada upaya memahami bagaimana duta kampus menjalankan peran komunikatif dan simbolik dalam merepresentasikan nilai-nilai keislaman sebagai identitas kampus Islami.

1. Pemahaman, bagaimana duta kampus memaknai nilai keislaman dan identitas kampus;
2. Strategi pesan dakwah, bagaimana pesan dakwah disusun dan disampaikan;
3. Representasi, yaitu bagaimana nilai keislaman ditampilkan dalam perilaku dan komunikasi;
4. Simbolik, bagaimana duta kampus berfungsi sebagai personifikasi brand kampus islami.

C. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana strategi pesan dakwah yang digunakan duta kampus?
2. Bagaimana kesesuaian pesan dakwah duta kampus dengan identitas kampus Islami?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pesan dakwah yang digunakan duta kampus.
2. Untuk mengetahui bagaimana kesesuaian pesan dakwah duta kampus dengan identitas kampus Islami.

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penulisan ini dapat dilihat dari 2 aspek, yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur mengenai kajian keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya terkait dakwah kontemporer dan branding kampus Islami.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Universitas Muhammadiyah Bengkulu, sebagai bahan evaluasi dan pengembangan peran Duta Kampus berbasis dakwah.
- b. Bagi Duta Kampus UM Bengkulu sebagai pedoman dalam mengintegrasikan nilai-nilai keislaman.
- c. Bagi mahasiswa, sebagai inspirasi dalam menyampaikan nilai-nilai Islam melalui media dan peran sosial.

