

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Banaat Media merupakan sebuah komunitas muslimah muda yang berpusat di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Komunitas yang bergerak dibidang dakwah dan pendidikan ini lahir sebagai sebuah solusi bagi masalah yang dihadapkan kepada generasi muda saat itu, seperti pergaulan dan seks bebas serta pengaruh dari budaya-budaya asing yang menjauhkannya dari agama Islam.

Sesuai dengan visinya yaitu Mewujudkan Ukhuwah Islamiyyah Melalui Dakwah Antar Para Muslimah, komunitas ini sudah berhasil membuat banyak kegiatan-kegiatan dakwah yang dihadiri oleh ratusan muslimah muda di Kabupaten Bandung. Pada awalnya Komunitas Banaat Media hanya berdakwah melalui media sosial. Namun, seiring berjalannya waktu, banyak anak muda yang ingin bergabung dan menyarankan untuk memiliki kegiatan dakwah secara langsung.

Program dakwah yang pertama kali Banaat Media lakukan secara langsung atau *offline* adalah program “Bincang Komunitas” yang mana program ini adalah kunjungan antara Banaat Media ke komunitas lainnya dan yang pertama kali Banaat Media kunjungi adalah Komunitas Lensa Firdaus. Program ini berupa diskusi antara komunitas Banaat Media dan komunitas yang dikunjunginya dengan membicarakan apa yang tengah terjadi pada saat ini dan solusi apa yang harus dilakukan dan pada saat itu komunitas Banaat Media dan Lensa Firdaus

memutuskan untuk berkolaborasi pada beberapa program dakwah yang ada di komunitas Banaat Media.

Seiring berjalannya waktu, komunitas Banaat Media banyak melakukan kegiatan-kegiatan dakwah secara offline. Keegiatannya beragam dan inovatif mulai dari kegiatan internal seperti Ngaji Banaat, Thamrin Khutbah, Kajian Muslimah, Temu Banaat, *Soraban* (Sosialisasi Rangkul Banaat) dan Jurnal Banaat. Hingga kegiatan eksternalnya seperti Kajian Islam, Bincang Komunitas, *Semaba* (Sepekan Bersama Banaat), Seminar, Talkshow, Festival Bakat Banaat, *GeraMedia* (Gema Ramadhan Banaat Media), *Ma'kad* (Ma'ruf Kader) dan Teman Ngabuburit.

Kegiatan-kegiatan ini sukses komunitas Banaat lakukan meskipun hanya beranggotakan empat belas orang. Terakhir kali komunitas Banaat Media melakukan kegiatan besar dilaksanakan di Pangalengan dengan mengundang lebih dari sepuluh komunitas yang ada di Bandung Raya dan dihadiri oleh lebih dari seratus orang. Mengangkat tema “*Menyibak Fenomena Perempuan Akhir Zaman*” yang diisi oleh Ustadzah Yani Dayanti (Ketua Pemudi Persis Pangalengan) dan Albani Nur Hakim (Mahasiswa UPI, Penulis Buku dan Aktifis Muda).

Kegiatan-kegiatan dakwah Banaat Media sudah berlangsung selama dua tahun lebih sejak awal kelahirannya. Nama Banaat Media pun sudah terkenal di beberapa kalangan generasi muda terutama di daerah Kabupaten Bandung, karena memang Banaat Media menjadikan Kabupaten Bandung sebagai sasaran awal dakwah komunitas ini. Meskipun berpusat di Kabupaten Bandung, namun para anggota komunitas Banaat Media tersebar di wilayah Jawa Barat, seperti Kota Bandung, Cimahi, Cianjur, Sumedang, Garut, bahkan hingga ke daerah Cilacap, Jawa

Tengah. Komunitas Banaat Media dikenal sebagai komunitas Muslimah Muda yang aktif melakukan kegiatan dakwah khususnya di daerah Kabupaten Bandung.

Meskipun Banaat Media merupakan komunitas Muslimah namun para tamu kegiatan juga didatangi oleh para laki-laki. Dan karena kreatifitas para anggota Banaat Media, program-program dakwah komunitas Banaat Media kerap ditunggu dan dinantikan oleh para generasi muda di Kabupaten Bandung. Terdapat beberapa penerapan komunikasi yang menjadi kunci keberhasilan program dakwah komunitas berdasarkan hasil diskusi dan wawancara pada 28 Juli 2024 dengan Ketua Komunitas Banaat Media, diantaranya adalah metode komunikasi *kanalisasi, informatif, dan edukatif*.

Komunitas Banaat Media sudah menerapkan metode komunikasi ini sejak awal berdirinya. Komunitas Banaat Media beranggapan bahwa dengan menggunakan metode komunikasi ini dianggap cocok untuk melawan kendala yang terjadi pada program dakwah. Banaat media pun mengungkapkan bahwa meskipun program pengembangan dakwah mereka terlihat berhasil namun ada saja kendala yang mereka hadapi seperti kurangnya minat anak muda dalam mengikuti kajian, kurangnya keaktifan dan kefokusannya ketika program dakwah berlangsung. Sehingga Banaat Media menggunakan metode komunikasi ini yang menjadikan program pengembangan dakwah Banaat Media sukses di Kabupaten Bandung.

Banaat Media menerapkan beberapa metode komunikasi pada program pengembangan dakwahnya yang sesuai dengan teori Arifin (1994), yaitu metode *kanalisasi, informatif dan edukatif*. Metode komunikasi *kanalisasi* adalah metode memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu dan khalayak.

Kemudian Banaat Media menggunakan menggunakan metode komunikasi *Informatif* dan *Edukatif*. Metode komunikasi *Informatif* adalah metode yang berbentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan.

Sedangkan metode komunikasi *edukatif* adalah metode yang mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan, pendapat, fakta dan pengalaman. Penerapan komunikasi *kanalisasi*, *informatif* dan *edukatif* ini telah membantu dan memberikan dampak positif bagi program pengembangan dakwah komunitas Banaat Media dalam menarik kembali Minat, Keaktifan dan kefokus *mad'u*, hal ini tentu saja akan membuat tujuan dari dakwah yang dilakukan komunitas Banaat Media tercapai.

Metode komunikasi yang diterapkan komunitas Banaat Media ini sudah berdasarkan karakteristik *mad'u*. Banaat media paham bahwa *mad'u* pun dihadapkan dengan tantangan akhir zaman yang cukup kuat, seperti tontonan, makanan, kesenangan yang menjauhkan dari agama Islam, sehingga program-program dakwah kurang diminati dan kerap dianggap ketinggalan zaman atau kuno. Metode komunikasi *kanalisasi*, *informatif* dan *edukatif* berhasil menjadi solusi yang mampu menarik kembali keikutsertaan, keaktifan, dan kefokus *mad'u* pada program pengembangan dakwah yang Banaat Media lakukan di Kabupaten Bandung.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka penelitian ini perlu dilakukan agar mengetahui bagaimana penerapan komunikasi yang sukses untuk pengembangan dakwah. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian untuk

menindak lanjuti hal tersebut yang dituangkan dalam penelitian yang berjudul **"PENERAPAN KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS BANAAT MEDIA DALAM PENGEMBANGAN DAKWAH DI KABUPATEN BANDUNG"**.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti merumuskan fokus penelitian diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan komunikasi Kanalisasi pada program pengembangan dakwah Banaat Media di Kabupaten Bandung ?
2. Bagaimana penerapan komunikasi Informatif pada program pengembangan dakwah Banaat Media di Kabupaten Bandung ?
3. Bagaimana penerapan komunikasi Edukatif pada program pengembangan dakwah Banaat Media di Kabupaten Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini bertujuan untuk, sebagai berikut:

1. Mengetahui penerapan komunikasi Kanalisasi terhadap program pengembangan dakwah Banaat Media di Kabupaten Bandung
2. Mengetahui penerapan komunikasi Informatif terhadap program pengembangan dakwah Banaat Media di Kabupaten Bandung
3. Mengetahui penerapan komunikasi Edukatif terhadap pengembangan dakwah Banaat Media di Kabupaten Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian terdapat secara akademis dan praktis, sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan secara akademis

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menciptakan sumber referensi yang bermanfaat mengenai penerapan komunikasi untuk pengembangan dakwah. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan wawasan yang bermanfaat untuk mendukung kemajuan dakwah.

1.4.2 Kegunaan secara praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan dampak positif dalam pengembangan dakwah, khususnya pada program dakwah yang dilakukan oleh komunitas Banaat Media. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ide-ide yang dapat meningkatkan minat, keaktifan, dan kefokusian mad'u. selain itu, penelitian ini diharapkan akan menghasilkan inovasi dalam program dakwah yang berdampak untuk masyarakat yang ada di Kabupaten Bandung.

1.5 Kajian Penelitian yang Relevan

Berikut ini kajian penelitian yang relevan yang terdapat kemiripan dan perbedaan, diantaranya sebagai berikut:

1. Skripsi Muhammad Iqbal Wardhani (2019) yang berjudul "*Strategi Komunikasi Da'I Dalam Mengembangkan Dakwah Di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir*", Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Skripsi Muhammad Restu Wicaksono (2020) yang berjudul "*Dakwah Melalui Media Instagram Pada Mahasiswa KPI UIN Raden Intan*"

Lampung”, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

3. Jurnal Agusman (2021) yang berjudul “*Konsep Dan Pengembangan Metode Dakwah Di Era Globalisasi*”, STID Muhammad Natsir.
4. Jurnal Wido Supraha (2020) yang berjudul “*Program Pengembangan Dakwah Rohani Islam Menurut Syeikh Muhammad Naqib*”, STAI Al-Hidayah Bogor.
5. Jurnal Mannan (2021) yang berjudul “*Strategi Pengembangan Dakwah*”, University Press Makassar.

Tabel 1.1 Kajian Penelitian yang Relevan

No	Judul Penelitian	Penulis	Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Strategi Komunikasi Da’I dalam Mengembangkan Dakwah di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir	Muhammad Iqbal Wardhani	Skripsi	Strategi komunikasi dan Pengembangan dakwah	Lokasi penelitin dan Objek penelitian
2.	Dakwah melalui Media Instagram pada Mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung	Muhammad Restu Wicaksono	Skripsi	Strategi komunikasi informatif	Lokasi penelitian dan Objek penelitian
3.	Konsep dan Pengembangan Dakwah Rohani Islam Menurut Syeikh Muhammad Naqib	Wido Supraha	Jurnal	Pengembangan dakwah	Teori Penelitian
4.	Konsep dan Pengembangan Metode Dakwah di Era Globalisasi	Agusman	Jurnal	Pengembangan dakwah dan Strategi komunikasi informatif	Fokus penelitian
5.	Strategi Pengembangan Dakwah	Mannan	Jurnal	Pengembangan dakwah	Fokus penelitian

Sumber: data observasi tahun 2024

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan sebagai dasar referensi untuk penelitian ini. Referensi tersebut mencakup dua skripsi dan tiga jurnal. Penelitian ini akan menjadi sumber rujukan yang digunakan untuk mengeksplorasi secara lebih mendalam tentang penerapan strategi komunikasi.

1.6 Landasan Pemikiran

Dalam penelitian ini akan diterapkan kerangka pemikiran yang mencakup aspek landasan teoritis dan landasan konseptual.

1.6.1 Landasan Teoretis

Penerapan strategi komunikasi menurut Oemi Abdurrahman (1995) merupakan suatu cara untuk mengatur pelaksanaan proses komunikasi sejak dari perencanaan, pelaksanaan, sampai pada tahap evaluasi untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan dari penerapan strategi komunikasi adalah; pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas dan benar, penerima pesan dapat dibina dengan baik, dan penerima pesan dapat termotivasi untuk melakukan pesan yang disampaikan. Oemi Abdurrahman (1995) mengemukakan beberapa faktor yang berpengaruh dalam penyusunan penerapan strategi komunikasi antara lain:

a. Mengenal Sasaran.

Pada tahapan ini, komunikator perlu mengetahui terlebih dahulu siapa yang akan menjadi sasaran komunikasinya. Adapun hal yang perlu diperhatikan ketika mengenali sasaran komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Pesan yang disampaikan sesuai dengan tema, pengalaman, pendidikan, status sosial, pola hidup, ideologi, dan keinginan sasaran.

2. Situasi dan kondisi tempat sasaran yang saat pesan disampaikan dapat mempengaruhi penerima pesan.

b. Pemilihan Media.

Pemilihan media sangat bergantung pada tujuan yang ingin dicapai komunikator, bentuk pesan yang akan disampaikan, dan teknik komunikasi yang akan digunakan.

c. Pengkajian Tujuan Pesan.

Tujuan komunikasi dan pesan komunikasi memiliki hubungan yang sangat erat. Oleh karena itu, tujuan awal komunikasi perlu dikaji dengan baik dan matang agar pesan yang disampaikan dapat dibentuk sesuai dengan tujuan komunikasi.

Untuk mencapai tujuan komunikasi, penerapan strategi komunikasi berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan kemana taktik operasionalnya, penerapan strategi komunikasi yang baik dapat disusun berdasarkan kombinasi dari data (fakta), pengalaman dan kepekaan, analisis, dan pengolahan data.

Penerapan strategi komunikasi merupakan sebuah panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai sebuah tujuan komunikasi. Untuk mencapai sebuah tujuan komunikasi tersebut penerapan strategi komunikasi harus dapat menjelaskan dan menunjukkan bagaimana jalannya secara taktis.

Penerapan strategi komunikasi harus didukung oleh beberapa teori, karena teori merupakan dasar pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Strategi komunikasi menurut teori Arifin (1994) terbagi menjadi enam, yaitu:

- a. *Redudancy*, strategi komunikasi mempengaruhi orang lain dengan cara mengulang-ngulang informasi.
- b. Kanalisasi, strategi komunikasi dengan cara meneliti bagaimana pengaruh suatu kelompok terhadap masyarakat.
- c. Informatif, strategi komunikasi yang berbentuk sebuah pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi suatu kelompok dengan cara memberikan penjelasan lewat pesan tersebut.
- d. Edukatif, strategi komunikasi ini mempengaruhi orang lain dengan cara memberikan pesan-pesan berisi motivasi dan inspirasi untuk merubah individu dan masyarakat.
- e. Koersif, strategi komunikasi mempengaruhi orang lain dengan cara memaksa,
- f. Persuasif, strategi komunikasi dengan cara membujuk.

Banaat Media menerapkan tiga dari enam strategi komunikasi ini kedalam kegiatan-kegiatan dakwahnya, yaitu strategi komunikasi kanalisasi, informatif dan edukatif. Pertama, Banaat media menerapkan strategi komunikasi Kanalisasi dengan cara mencari tahu informasi tentang masyarakat baik dari segi organisasi masyarakat, pendidikan maupun ekonomi guna mempermudah penentuan pembahasan.

Banaat Media memperhatikan dan meneliti bagaimana pengaruh komunitas Banaat Media terhadap masyarakat tersebut. Kedua, Komunitas Banaat Media menerapkan strategi komunikasi informatif dengan cara membuat sebuah resume dakwah yang telah disampaikan dengan kemasan yang menarik, bisa berupa meme, berita dan lain sebagainya yang nantinya akan diunggah ke sosial media. Ketiga, komunitas Banaat Media menerapkan strategi komunikasi edukatif dengan cara menyelipkan beberapa motivasi, pelajaran atau pengalaman yang menarik kepada mad'u agar pesan dakwah yang disampaikan bisa lebih mudah diingat.

1.6.2 Kerangka Konseptual

Dakwah berkaitan erat dengan komunikasi dan tidak bisa dipisahkan, dalam proses dakwah terkandung unsur-unsur komunikasi, secara hakikat komunikasi memainkan peran penting dalam aktivitas dakwah, bahkan berhasil atau tidaknya suatu dakwah bisa ditentukan oleh faktor komunikasi. Komunikasi memiliki tiga peran penting dalam dunia dakwah. Pertama, membantu da'i dalam memahami karakter masyarakat. Kedua, memastikan sampainya pesan dakwah kepada masyarakat secara efektif, dan yang ketiga berperan dalam penyampaian pesan dakwah ke seluruh segmen masyarakat.

Karena komunikasi memiliki peranan yang penting untuk keberhasilan dakwah, maka komunitas Banaat Media menerapkan beberapa strategi komunikasi guna mencapai tujuan dakwah. Adapun penerapan komunikasi yang digunakan oleh komunitas Banaat Media adalah metode Kanalisasi, Informatif, dan Edukatif. Hal

ini berkaitan erat dan sesuai dengan program-program dakwah yang ada di komunitas Banaat Media.

1.7 Langkah–Langkah Penelitian

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Lokasi Penelitian, Paradigma dan Pendekatan, Metode Penelitian, Jenis Data dan Sumber Data, Informan atau Unit Analisis, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Penentuan Keabsahan Data.

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian di Rumah Kegiatan Banaat Media yang terletak di Kp.Loscimaung, Pangalengan, Kabupaten Bandung. Disini adalah tempat bersejarah bagi komunitas Banaat Media karena disinilah Banaat Media lahir dan awal mula berkembang. Banaat Media adalah sebuah komunitas muslimah muda yang dianggap memiliki peran penting dalam penggerakan dakwah bagi generasi muda khususnya yang berada di Kabupaten Bandung. Rumah Kegiatan Banaat Media menjadi titik pusat bagi kegiatan program pengembangan dakwah komunitas ini.

Peneliti dapat mengetahui dan merenungkan bagaimana upaya komunitas Banaat Media mengembangkan program-program dakwahnya. Selain itu, Rumah Kegiatan Banaat Media juga merupakan tempat aktivitas pendidikan dan keagamaan. Dengan menggali lebih dalam di Rumah Kegiatan Banaat Media, peneliti dapat memahami bagaimana penggerakan komunitas Banaat Media dalam mengembangkan dakwah di Kabupaten Bandung. Dengan demikian, lokasi penelitian ini menjadi yang sangat relevan untuk memahami sejarah dan

pengembangan dakwah komunitas Banaat Media serta dampaknya pada generasi muda di Kabupaten Bandung.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Margaret M. Paloma (1978) mengidentifikasi tiga jenis pendekatan dalam penelitian ilmu-ilmu sosial, yakni positivistic-naturalistic, humanistic-interpretatif, dan pendekatan yang bersifat evaluatif. Meskipun dikenal berbagai pendekatan ilmu-ilmu sosial, namun pendekatan penelitian humanis-interpretatiflah yang dianggap memiliki paradigma komunikasi.

Pendekatan positivistic menggunakan paradigma kerja. Pendekatan evaluatif merupakan pendekatan khusus untuk ilmu-ilmu tindakan yang kritis-emansipatoris, penghayatan, proses-proses subjektif dan makna. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan humanistik dengan metode kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mencari dan menemukan kemampuan yang manusia punya dan mengembangkan kemampuan tersebut.

Sedangkan pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti. Dengan pertimbangan yang dilakukan oleh peneliti, peneliti memilih paradigma humanistik sebagai kerangka kerja penelitian.

Hal ini dilakukan karena peneliti berkeinginan untuk mencari dan menemukan kemampuan untuk dikembangkan komunitas Banaat Media dalam pengembangan dakwah yang dilakukannya. Sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk menjelaskan penerapan strategi komunikasi dan program pengembangan dakwah

Banaat Media secara jelas. Paradigma dan pendekatan ini membantu peneliti untuk menggambarkan dan mengolah data yang relevan untuk penelitian ini.

1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menguraikan beberapa data yang ditemukan dilapangan terkait penerapan strategi komunikasi komunitas Banaat Media. Dalam penelitian ini, peneliti akan menjelaskan penemuan-penemuan yang berkaitan mengenai strategi komunikasi dan pengembangan dakwah yang diterapkan komunitas Banaat Media.

Adapun pengertian penelitian deksriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau hal-hal lain yang disebutkan yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Penelitian deskriptif merupakan salah satu metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik dari suatu populasi atau fenomena yang sedang terjadi saat ini.

Oleh karena itu, metode penelitian deskriptif memiliki fokus utama untuk menjelaskan bagaimana objek penelitiannya secara mendalam. Sehingga, dapat menjadi jawaban atas peristiwa dan fenomena apa yang sedang terjadi dalam proses penelitian tersebut. Pada tahap ini, peneliti akan menjelaskan secara naratif mengenai subjek, peristiwa atau konteks sosial yang sedang terjadi pada saat ini. Dengan kata lain, penelitian deskriptif adalah suatu upaya memberikan gambaran dan objektif tentang subjek dan peristiwa yang sedang diteliti, dengan berdasarkan data yang telah ada.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

Penelitian ini disusun berdasarkan jenis dan sumber data sebagai berikut:

a. Jenis Data

Penelitian ini termasuk pada kategori kualitatif karena bersifat deskriptif. Jenis data yang ada pada penelitian ini dapat diorganisir berdasarkan dua pertanyaan berikut: Penerapan strategi komunikasi komunitas Banaat Media dan Program pengembangan dakwah di Kabupaten Bandung yang dilakukan oleh Komunitas Banaat Media.

b. Sumber Data

Sumber data yang dimiliki penulis berasal dari data primer yang berarti merupakan data yang bersumber dari responden atau objek penelitiannya sendiri, sehingga peneliti bisa terjun untuk mengamati dan menulis jawabannya langsung dari objek penelitian atau yang disebut dengan wawancara. Dan data sekunder yang berarti sumber data yang diperoleh peneliti tidak secara langsung dari objeknya, tapi melalui sumber lain, baik lisan maupun tulisan seperti buku, jurnal, artikel dan lain sebagainya.

1.7.5 Informan atau Unit Analisis

Penelitian ini berfokus pada pengumpulan dan wawancara dari penerapan komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Banaat Media yang sudah melakukan banyak program-program dakwah. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis penerapan komunikasi komunitas Banaat Media dalam pengembangan dakwah di Kabupaten Bandung. Mendalami pemahaman mengenai penerapan strategi

komunikasi yang dilakukan pada program pengembangan dakwah komunitas Banaat Media.

Penelitian ini akan menggali penerapan strategi komunikasi yang telah berhasil dilakukan. Informan atau narasumber wawancara dari penelitian ini adalah Ketua Umum Komunitas Banaat Media, Anggota Kaderisasi Komunitas Banaat Media dan satu *mad'u* yang telah mengikuti kegiatan Kajian dakwah Komunitas Banaat Media.

Selain wawancara, penelitian ini juga akan melibatkan beberapa referensi seperti buku, jurnal, dan lain sebagainya yang relevan dengan penerapan strategi komunikasi yang dilakukan komunitas Banaat Media. Hal ini akan memberikan wawasan tambahan tentang pengaruh komunikasi terhadap dunia dakwah. Hasil penelitian ini akan memberikan sebuah gambaran dampak pentingnya sebuah penerapan strategi komunikasi terhadap dakwah.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dan Sugiyono adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lainnya sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data secara kualitatif menurut Huberman (1984: 21-23) memiliki langkah-langkahnya seperti mereduksi data, display data, menyimpulkan dan verifikasi.

1.7.6.1 Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Ketika sudah terjun ke lapangan biasanya jumlah data yang diperoleh semakin banyak. Reduksi data bertujuan untuk merangkum, mencatat hal-hal yang pokok dan penting, fokus terhadap lingkup pembahasan serta dicari tema dan polanya. Apabila peneliti menemukan sesuatu yang asing dalam proses penelitian, justru itu yang harus dijadikan perhatian oleh peneliti dalam melakukan reduksi data.

1.7.6.2 Display Data

Pada langkah kedua, data-data yang telah direduksi disajikan menggunakan tabel, grafik, pictogram dan yang lainnya. Tujuannya agar data tersebut lebih terorganisir dan tersusun secara rapi dalam pola hubungan sehingga mudah untuk dipahami. Menurut Miles dan Huberman (2014) penelitian kualitatif itu biasanya terbentuk naratif, sehingga disarankan agar dilakukan display data.

1.7.6.3 Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir yang dilakukan dalam analisis dalam penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman (2014) adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan mengalami perubahan apabila tidak adanya bukti temuan yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila kesimpulan tahap awal ternyata telah mampu didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali terjun ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan akhir yang dikemukakan nanti adalah kesimpulan yang kredibel.