

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah kebutuhan dalam aktivitas sehari-hari yang dilakukan dalam menjalani kehidupan di dunia ini sebagai makhluk sosial untuk berinteraksi antar sesama individu maupun kelompok. Sebagai manusia, juga dianjurkan dalam agama untuk saling tolong menolong, saling menjalin tali silaturahmi. Semua itu tidak bisa dihindarkan dari komunikasi, bahkan dari tidur hingga bangun tidur tanpa disadari sudah melakukan komunikasi dalam diri (*intrapersonal*).

Komunikasi juga sangat dibutuhkan dalam hubungan dengan manusia maupun dengan Tuhan sang pencipta alam, misalnya sebagai umat muslim yang selalu memanjatkan do'a jika ingin melakukan suatu aktivitas. Karena itulah. Komunikasi tidak bisa dilupakan dalam menjalani kehidupan di dunia ini. Kegiatan komunikasi itu dapat dipahami sebagai kegiatan penyampaian pesan atau ide, dari satu pihak ke pihak yang lain, dengan tujuan untuk menghasilkan kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan tersebut. (Wahyu, 2013: 4)

Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya, diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak Adam dan Hawa. Sifat manusia untuk menyampaikan keinginannya dan untuk mengetahui hasrat orang lain, merupakan awal keterampilan manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lembaga-lembaga isyarat, kemudian disusul dengan kemampuan manusia untuk memberi arti setiap lambanglambang itu dalam bentuk bahasa verbal. Kapan manusia mulai mampu berkomunikasi dengan manusia lainnya, tidak ada data autentik yang dapat menerangkan tentang hal itu. Hanya saja diperkirakan bahwa kemampuan manusia untuk berkomunikasi dengan orang lain secara lisan adalah suatu peristiwa yang berlangsung secara mendadak, usaha-usaha manusia untuk berkomunikasi lebih jauh, terlihat dalam berbagai bentuk kehidupan mereka di masa lalu. (Hafied, 2018: 4)

Jika berbicara tentang dakwah yang pengertian secara umumnya adalah mengajak kepada kejalan kebaikan, untuk mengajak orang, teman, bahkan keluarga yang dilakukan tidak mesti dengan media ceramah, namun yang bisa saja menggunakan cara lain yang sifatnya menyeru untuk berbuat kebaikan. Agar tidak terjebak kepada kesesatan, disinilah peran dakwah dalam masyarakat untuk membimbing masyarakat untuk selalu berbuat ketaatan pada sang penciptanya. Dalam kegiatan dakwah para da'i perlu juga memperhatikan pada mad'u apa saja hal yang pantas untuk disampaikan agar semua jamaah memahami apa yang disampaikan oleh guru tersebut. Karena setiap kegiatan yang berkaitan dengan dakwah apalagi tablig akbar misalnya pasti banyak jama'ah dari berbagai kalangan. Karena itulah para dai harus mengerti keadaan dan strategi dalam dakwahnya

Pada keadaan saat ini para ulama yang meneruskan dakwahnya Nabi Muhammad Saw, sangat berperan penting untuk mendakwahkan ajaran agama untuk umat beliau yang termasuk pada saat ini. Sedang berada diakhir zaman berbagai bencana yang di luar batas akal manusia sudah mulai bermunculan, karena itulah sangat perlu bimbingan dakwah oleh para guru-guru yang nantinya akan menambahkan keimanan dan keyakinan terhadap sang pencipta agar tidak mudah tersesat kejalan yang salah dan selalu meninggikan akhlak dalam menjalani kehidupan ini.

Bagi seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban karena dakwah merupakan suatu yang bersifat tidak mungkin dihindarkan dari kehidupannya. Dakwah melekat erat bersamaan dengan pengakuan dirinya sebagai seorang yang mengidentifikasi diri seorang penganut Islam. Sehingga orang yang mengaku dirinya sebagai orang muslim maka secara otomatis pula dia itu menjadi seorang juru dakwah, atas dasar ini maka dakwah. Merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan seorang muslim. Tidak berlebihan kiranya apabila dikatakan tidak sempurna bahkan sulit seorang muslim itu apabila dia menghindari atau membutuhkan matanya dari tanggung jawabnya sebagai juru dakwah.

Dalam dakwah demikian juga, seorang muballigh sebagai komunikator mengharapkan adanya partisipasi dari pihak komunikator dan kemudian agar

komunikannya dapat bersikap dan berbuat sesuai dengan isi pesan yang disampaikan. Ciri khas yang membedakannya adalah terletak pada pendekatannya yang dilakukan secara persuasive, juga tujuannya yaitu mengharapkan terjadinya perubahan/pembentukan sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam. Di dalam bidang agama, kita mengenal golongan ini dengan sebutan ulama artinya orang yang berilmu (dalam bidang agama), dalam perkembangan masyarakat dengan mempertimbangkan pula segala aspek perubahan budaya sebagai akibat kemajuan teknologi dan sains, maka para ulama dengan sendirinya juga dituntut pengetahuannya terhadap ilmu yang terus berkembang. Hal ini penting karena mengingat sasaran dakwah juga dirangsang oleh kehidupan teknologi dengan segala aspek dengan demikian kita mengenal suatu istilah ulama sarjana yang artinya seorang ahli dalam bidang agama yang juga memiliki pengetahuan dibidang ilmu lainnya. (Toto, 1997: 31-41)

Strategi komunikasi mencerminkan kebijaksanaan dalam memilih kegiatan komunikasi yang akan dilakukan untuk memecahkan masalah itu. Strategi komunikasi dan mengevaluasi keefektipan usaha komunikasi. Saran-saran komunikasi biasanya dirumuskan atas dasar kepentingan dan kebutuhan khalayak, seleksi, dan kombinasi antara media dan komunikator, serta perencanaan dan penyusunan pesan komunikasi maupun dakwah. (Kustadi, 2014: 21)

Di Pondok Gede Kota Bekasi khususnya di Majelis Al-Barkah dalam pengamalan nilai-nilai keagamaan masih kurang. Hal ini dapat dilihat pada saat peneliti melakukan penelitian lapangan bahwa partisipasi masyarakat untuk menghadiri kegiatan dan atau ritual keagamaan seperti majelis taklim, sholat berjamaah di masjid, tadarus al-qur'an. Di samping itu, para remaja dan pemuda yang nantinya diharapkan menjadi penerus estafeta kepemimpinan para orangtuanya juga mengalami hal yang sama, yakni pergaulan bebas, nongkrong, dan jauh dari istilah religiusitas. Sedangkan anak-anak lebih suka nongkrong di depan TV daripada hadir ke TPA yang ada di masjid atau mudholla.

Masyarakat Pondok Gede Kota Bekasi khususnya di daerah sekitar majelis Al-Barkah merupakan masyarakat yang kurang dalam agama, banyak orang tua yang merasa bahwa anak-anaknya kurang dalam pengajaran agama, seperti susah

di ajak untuk sholat, kebanyakan anak-anak dan remaja disana senang untuk nongkrong dan main game hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Andre yaitu masyarakat sekitar majelis Al-Barkah yang mana mengemukakan bahwa:

“anak-anak remaja disini awalnya susah untuk di ajak untuk pergi kemasjid, shalat berjamaah dan ngaji. Anak-anak disini senangnya nongkrong, maen game bergerombolan, dan ketika disuruh untuk pergi kemasjid dan shalat berjamaah, mereka tidak mau, ya senengnya ngumpul, dan maen game itu.” (wawancara dengan Andre, tanggal 15 Juli 2023)

Pondok Gede sendiri adalah kawasan yang cukup beragam dengan berbagai suku, budaya, dan tingkat pendidikan. Kota Bekasi sebagai kota penyangga Jakarta mengalami perkembangan pesat, dan ini mempengaruhi corak masyarakatnya, termasuk dalam bidang keagamaan. Masyarakat di Pondok Gede yang sangat heterogen membutuhkan pendekatan dakwah yang mampu menyentuh berbagai kalangan, dari kalangan yang sudah aktif dalam kegiatan keagamaan hingga mereka yang mungkin baru mendekati diri pada agama.

Berdasarkan penelitian langsung, bahwa Faktor yang mempengaruhi masyarakat Pondok Gede kurang dari pengajaran agama yaitu masyarakat Pondok Gede sibuk dalam rutinitas pekerjaan yang padat terutama karena kedekatan dengan pusat kota Jakarta. Kesibukan ekonomi ini juga memengaruhi prioritas masyarakat, di mana fokus lebih diarahkan pada pemenuhan kebutuhan material daripada spiritual. Selain dari masyarakat yang sibuk, pengaruh teknologi dan media sosial memiliki pengaruh yang besar pada pola pikir dan gaya hidup masyarakat, terutama generasi muda. Teknologi memungkinkan penyebaran informasi yang begitu luas, namun tidak selalu membawa konten positif atau bernilai agama. Media sosial juga cenderung mempengaruhi pola pikir konsumtif dan individualistik yang bisa menjauhkan masyarakat dari kegiatan spiritual. Hal ini senada dengan pernyataan Andre, yang mana menyebutkan bahwa:

“kondisi masyarakat di Pondok Gede ini sebenarnya jauh dari pendidikan agama, belum ada pendidikan agama seperti pengajian, atau kegiatan agama lainnya. Ada juga pada saat ada yang menggerakkan untuk acara

PHBI, itu juga setahun hanya sekali atau dua kali. Masyarakat di sini, sibuk dengan pekerjaannya dan mengesampingkan pendidikan agama. Selain itu pada anak-anak atau remajanya, mungkin teknologi sekarang sudah maju, sehingga mereka sibuk dengan sosial media atau anak-anaknya sibuk dengan maen game.” (wawancara dengan Andre, tahun 2023)

Kondisi seperti ini seharusnya ada perubahan pada hal-hal positif, perlunya pendekatan atau dakwah-dakwah yang dilakukan oleh ustadz atau kiyai untuk merubah pola pikir masyarakat agar pendidikan agamanya diisi, sehingga masyarakat disana dapat mengimplementasikan pendidikan agama dengan baik.

Hal ini tentunya sangat mengundang perhatian para juru dakwah atau kyai untuk lebih meningkatkan lagi gerakan dakwahnya khususnya di Majelis Al-Barkah Agar Islam yang salah satu misinya sebagai *rahmatan lilalamin* (rahmat bagi seluruh alam) yang merupakan suatu kebenaran dapat tersebar luas dan dijadikan sebagai panduan hidup secara komprehensif. Karena dengan berpegang teguh kepada ajaran Islam seseorang atau masyarakat akan tetap teguh memegang kebenaran dan selektif terhadap segala sesuatu yang datang dalam kehidupannya.

Dari fenomenologi di atas menggugah Habib Muhammad Zuhdi, beliau adalah seorang guru dari salah satu majelis taklim Al Barkah di daerah Pondok Gede kota Bekasi, beliau juga merupakan wakil kepala sekolah Al-Barkah dan seorang ulama garis keturunan Rasulullah dari jalur Husain. Beliau pernah menuntut ilmu di Yaman. Beliau juga mengaji dengan santri-santri senior di Yaman, dan juga Habib melakukan tabarukkan atau ziarah ke makam wali. Awal mula dakwah dilakukan setelah menuntut ilmu di Yaman, dengan cara menyampaikan dakwahnya ke temannya. Kemudian pada tahun 2010 dan setelah menikah dakwah dilakukan secara masif, dan berani membuka majelis.

Dakwah yang dilakukan tidak semulus, ujian atau halangan yang diperoleh Habib Muhammad Zuhdi yaitu bukan dari kalangan masyarakat dan juga agama lain, tetapi halangan atau rintangan diperoleh dari para pendakwah atau ustadz yang ada di sekitar, mereka khawatir lahan dakwahnya di ambil oleh Habib Muhammad Zuhdi. Melihat lahan dakwahnya di ambil mereka secara tidak

langsung memfitnah, mencaci maki. Tetapi Habib Muhammad Zuhdi tetap tegar dan dakwah kepada kalangan bawah, karena Habib merasa ia tidak merasa salah, bahkan Habib merasa dakwahnya itu dilakukan dengan benar, dengan tidak memaksa kepada orang-orang, dan dakwah yang dilakukan itu dengan cara merangkul.

Strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad Zuhdi yaitu melalui pendekatan personal dan kekeluargaan. Strategi berpengaruh penting untuk menciptakan perubahan sosial dan pengembangan diri serta dapat memahami lebih cepat terkait pengajaran yang diberikan oleh pendakwah. Selain itu, Dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad Zuhdi adalah seperti menjemput bola, atau turun langsung ke masyarakat (blusukan). Beliau selalu turun ke masyarakat terkait keluhan, atau kurangnya motivasi untuk meningkatkan keimanannya. Selain itu beliau juga dekat dengan kalangan pemuda dan remaja, ada kalanya beliau nongkrong dengan tujuan berdakwah. Cara yang beliau lakukan turun langsung kepada masyarakat untuk berdakwah sangat efektif, karena banyak di kalangan remaja dan pemuda bahkan orangtua tertarik dengan dakwahnya sehingga mereka ikut pengajian dan mulai menata keimanan mereka dengan baik.

Sebagaimana diungkapkan oleh Habib Muhammad Zuhdi saat peneliti melakukan penelitian lapangan dengan metode wawancara mengungkapkan bahwa:

Latarbelakang dakwah dengan menjemput bola adalah karena orang-orang yang tidak ngaji yang tidak bisa baca iqro, mereka tidak bakal tersentuh untuk datang ke masjid karena mereka malu, kalau kita datang ke rumah mereka dan mengajak untuk ngaji iqro yang mana kita sama-sama belajar, dan dengan cara itu saya di sambut dengan baik, kemudian mereka ikut ngaji. Selain itu, saya merasa prihatin dengan orang-orang yang tidak ngaji, tidak di ajarin baca kitab, hanya mendengarkan saja, mereka akan enggan untuk datang ke masjid karena merasa bosan. Maka dari itu dakwah dilakukan dengan menjemput bola, ngobrol satu-satu dan mengaji iqro. Semua pengajian saya awalnya hanya 1 – 3 orang saja, nanti mereka

yang ngomong ke teman-temannya, lama-lama mereka tertarik dan ikut ngaji bareng-bareng. Selain itu, para pendakwah orang-orang pesantren mereka menunggu bola, dan rata-rata orang yang ngaji dan tidak baca, mereka tidak mau ke mesjid karena malu. Maka saya bikin ngajinya dari rumah ke rumah. (Wawancara dengan Habib Muhammad Zuhdi, 2023)

Dakwah dengan turun langsung atau blusukan adalah metode dakwah yang mengedepankan pendekatan langsung dan interaktif dengan masyarakat di lingkungan mereka. Istilah blusukan berasal dari bahasa Jawa yang berarti “turun ke bawah” dan identik dengan gaya kepemimpinan yang merekyat. Secara teori dakwah blusukan masuk dalam pendekatan kontekstual yaitu dakwah dengan memahami setiap masyarakat memiliki konteks dan kebutuhan yang berbeda, kemudian dai yang turun langsung dapat memahami realitas sosial, budaya dan ekonomi masyarakat setempat dan juga pesan dakwah disampaikan dengan bahasa yang baik dan dengan contoh yang relevan dengan kehidupan masyarakat.

Strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad Zuhdi sangat pengaruh baik, dengan Pendekatan secara personal/ blusukan akan menghasilkan orang-orang yang ikut dalam pengajian tersebut semakin banyak, dan mereka tidak merasa malu karena ngajinya dilakukan di rumah. Ketika mereka bergaul dengan teman-temannya, mereka mengajak untuk ikut pengajian, dan awalnya tidak mudah, tetapi dengan ngajinya dilakukan di rumah, ditempat ngopi, mereka sangat tertarik dan ikut dalam pengajian tersebut.

Selain itu dakwah dengan cara blusukan dapat membangun komunikasi dua arah yang efektif antara dai dan masyarakat, selain itu masyarakat dilibatkan aktif dalam proses dakwah dan dapat memberikan solusi secara bersama. Dakwah secara blusukan memberikan pengaruh transformasi sosial yaitu dakwah blusukan bertujuan untuk menciptakan perubahan sosial yang positif. Dai secara blusukan dapat mendorong masyarakat untuk membangun komunitas yang lebih adil, sejahtera, dan bermartabat. Nilai-nilai agama ditanamkan untuk mendorong perubahan dan pembangunan karakterk.

Dengan demikian, dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad Zuhdi berpengaruh terhadap perkembangan social dan keagamaan, kondisi social

tersebut di tandai dengan banyaknya masyarakat yang hidupnya merasa nyaman, terarah dan mampu menerapkan saling tolong menolong, dan memberikan kebermanfaatan kepada orang yang membutuhkan. Hal ini di ungkapkan oleh murid dari Habib Muhammad Zuhdi yang mengatakan bahwa :

“pada saat habib belum turun langsung ke masyarakat, belum dekat dengan masyarakat, kondisi social di sini terasa sepi, ketika ada kegiatan pengajian, masyarakat banyak yang tidak mengikuti, terus kepada masyarakat juga tidak saling menyapa satu sama lain. Tetapi ketika habib berdakwah turun ke masyarakat, dekat dengan masyarakat, mengikuti pergaulan masyarakat, kondisi social semakin lebih baik. Kemudian habib mengadakan pengajian dan yang datang pun banyak.” (wawancara dengan Andre, 2023)

Dakwah yang dilakukan oleh Habib tidak semulus yang dipikirkan, banyak hambatan dan rintangan yang dilalui, seperti dicaci, di benci, bahkan di lempar benda yang dapat membuat Habib Muhammad Zuhdi ini terluka, tetapi ia tetapa sabar dan semangat untuk terus berdakwah, agar masyarakat bisa tergerak hatinya untuk ikut kearah yang lebih baik.

Selain itu, cara komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad Zuhdi ini dilakukan secara teratur dan terarah. Pelaksanaan dakwah yang lebih teratur dan terarah di perlukan sebuah proses. Dalam tahapan sebuah proses terdapat beberapa istilah seperti pendekatan, strategis, metode, teknik dan takti. Pendekatan adalah sudut pandang terhadap suatu masalah, pendekatan merujuk kepada pandangan tetnang terjadinya suatu proses yang sifatnya masih umum. Strategi adalah rencana strategi untuk mencapai sesuatu. Metode adalah cara untuk mencapai sesuatu. Teknik adalah cara yang lebih khusu dalam penerapan suatu metode sedangkan taktik adalah cara seseorang dalam melaksanakan suatu teknik atau metode. (Aziz: 2016 hal 208).

Dakwah dengan cara pendekatan kepada masyarakat ini diharapkan membawa perubahan baik kepada individu, kelompok masyarakat, serta kondisi social kea rah yang lebih baik. Karena target dari dakwah adalah terjadinya

perubahan sikap dan perilaku dari masyarakat (mad'u) itu sendiri sesuai dengan ajaran Islam.

Upaya untuk membangun masyarakat yang dapat meningkatkan keimanannya dilakukan oleh seorang yang mengetahui dan memahami kondisi social serta kultur di tempat tersebut, sehingga dakwah yang dilakukan oleh seseorang dapat tercapai. Hal ini dilakukan oleh Habib Muhammad Zuhdi, sehingga dakwah yang dilakukannya itu diterima, hal itu tidak terlepas dari strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad Zuhdi yang mana melihat kondisi social, dan masuk ke kalangan pemuda, remaja bahkan masyarakat yang notabene minim terhadap agama.

Habib Muhammad Zuhdi dikenal memiliki gaya dakwah yang ramah, penuh hikmah, dan moderat. Beliau memahami kondisi sosial masyarakat yang heterogen tersebut, sehingga dalam dakwahnya, beliau mengutamakan pendekatan yang mengedepankan cinta kasih, kedamaian, dan kebersamaan. Dakwah yang disampaikan berfokus pada akhlak, perilaku sehari-hari, dan pemahaman agama yang mudah diterima oleh masyarakat umum. Selain itu, beliau juga aktif dalam kegiatan sosial yang menyentuh langsung kebutuhan masyarakat, seperti kegiatan pembinaan generasi muda. Hal ini membuat peneliti tertarik dan ingin mengetahui lebih jauh terkait dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad Zuhdi.

Dari latar belakang diatas, penulis akan meneliti strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Habib Muhammad Zuhdi dalam meningkatkan keimanan dan ketakwaan pada masyarakat kecamatan Pondok Gede kota Bekasi khususnya di Majelis Al-Barkah yang akan di tuangkan dalam skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Dakwah Habib Muhammad Zuhdi Di Majelis Daar Al-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi"

B. Fokus Penelitian

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam latar belakang di atas, bahwa penelitian ini berkaitan dengan strategi komunikasi dakwah seorang Habib yaitu Habib Muhammad Zuhdi beliau adalah seorang pendakwah. Selanjutnya focus penelitian ini yaitu

1. Bagaimana Perencanaan Dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad di Majelis Al-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi?
2. Bagaimana Pelaksanaan Dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad di Majelis Al-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi?
3. Bagaimana Evaluasi Dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad di Majelis Al-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi?

C. Tujuan Penelitian

Focus penelitian yang sudah dijelaskan di atas dan diturunkan ke dalam beberapa pertanyaan penelitian, tentunya memiliki tujuan. Tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui Perencanaan Dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad di Majelis Al-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi
2. Untuk mengetahui Pelaksanaan Dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad di Majelis Al-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi
3. Untuk mengetahui Evaluasi Dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad di Majelis Al-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi

D. Kegunaan Penelitian

Terdapat dua kegunaan dari penelitian ini yaitu kegunaan secara akademis dan praktis. Semoga bias memberikan manfaat baik secara akademis maupun secara praktis, diantaranya sebagai berikut:

1. Secara akademis
 - a. Menambah pengetahuan dan ilmu komunikasi dakwah terutama tentang strategi komunikasi dakwah terhusus pada Habib Muhammad Zuhdi.
 - b. Diharapkan menjadi sumber rujukan dalam penelitian selanjutnya dalam bidang dakwah

- c. Diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan pembelajaran di Fakultas Dakwah dan Komunikasi
2. Manfaat Praktis
- a. Bagi pendakwah
- 1) Diharapkan menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan strategi komunikasi dalam penyampaian dakwah.
 - 2) Sebagai bahan acuan dalam menyampaikan dakwah yang efektif dalam meningkatkan keimanan dan ketaqwaan.
- b. Bagi masyarakat
- 1) Diharapkan untuk menambah motivasi untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT
 - 2) Di harapkan untuk menambah wawasan serta pengetahuan tentang strategi komunikasi dakwah dalam meningkatkan keimanan dan ketaqwaan pada masyarakat

E. Kajian Penelitian Yang Relevan

Dalam menentukan judul skripsi ini, penulis juga melakukan telaah terhadap penelitian terdahulu untuk menghindari kesamaan, sekaligus sebagai perbandingan dengan penelitian ini. Berdasarkan hasil penelusuran peneliti terkait tema penelitian terdapat beberapa penelitian yang hampir serupa, Peneliti tuangkan dalam tabel berikut ini:

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1.	Yusuf Trinaldi, 2022	Startegi Komunikasi Dakwah dalam Menanamkan nilai-nilai akhlak di Panti Asuhan Bussaina Kecamatan Kedaton Kota	Penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data adalah penelitian lapangan teknik pengumpulan	strategi komunikasi dakwah dalam menanamkan nilai- nilai akhlak adalah cara menggunakan tutur kata yang lemah lembut dan mudah dimengerti oleh anak asuh seperti selalu memberikan dakwah

		Bandar Lampung	data wawancara, observasi dan dokumentasi	dengan gambaran kehidupan sehari-hari atau dalam teori strategi komunikasi jenis edukatif dan menggunakan metode dakwah jenis maw'izah al-hasanah
2.	Amien Wibowo, 2015	Strategi Komunikasi Dakwah (Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Dzikir dan Shalawat Jumaro Surakarta)	Penelitian Kualitatif dan jenis penelitian yaitu deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan observasi secara langsung, wawancara, dan studi pustaka	strategi komunikasi yang digunakan JUMARO dengan cara menentukan target khalayak yang ingin dicapai oleh JUMARO adalah umat Islam khususnya masyarakat Kota Solo. Media yang digunakan yaitu komunikasi secara langsung, melalui media cetak, dan media radio
3.	Bustanol Arifin, 2018	Strategi Komunikasi Dakwah Da'I Hidayatullah dalam Membina Masyarakat	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, jenis penelitian yang	Da'I Hidayatullah berperan sebagai agen perubahan dengan melakukan komunikasi persuasif-informatif dalam menyadarkan dan

		Pedesaan	digunakan adalah kualitatif	membina masyarakat pedesaan di Kecamatan Cimencyan Kabupaten Bandung.
--	--	----------	-----------------------------------	--

Adapun persamaan dalam penelitian sebelumnya adalah membahas strategi komunikasi dakwah yaitu perencanaan terkait dakwah yang ingin disampaikan. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian *pertama* adalah penelitian ini membahas strategi komunikasi dengan cara lemah lembut dan mudah dimengerti oleh anak asuh dan objek penelitiannya berada di panti asuhan bussaina kota lampung, sedangkan yang akan dilakukan oleh peneliti adalah strategi komunikasi dakwah Habib Muhammad Zuhdi di Majelis Al-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi. Penelitian yang *kedua*, perbedaannya adalah obyek penelitiannya, penelitian sebelumnya yaitu majelis taklim Jamuro Surakarta sedangkan penelitian yang akan di teliti oleh peneliti yaitu strategi komunikasi Dakwah Habib Muhammad Zuhdi di Majelis Al-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi. Penelitian yang *ketiga* perbedaannya adalah penelitian ini membahas strategi komunikasi dakwah da'I hidayatullah dalam membina masyarakat pedesaan sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah membahas tentang strategi komunikasi dakwah Habib Muhammad Zuhdi di Majelis Al-Barkah Kota Bekasi.

F. Landasan Pemikiran

Strategi dakwah merupakan perencanaan, penyerahan kegiatan dan operasi dakwah Islam yang dibuat secara rasional untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan. Dengan kata lain segala sesuai yang diperlukan untuk berdakwah dipikirkan secara matang agar sesuai dengan tujuan dakwah.

1. Landasan Teoritis

Strategi Komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Dimensi-Dimensi Komuniukasi sebagaimana dikutip oleh Edi Suryani menyatakan bahwa Strategi Komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunkasi (*communicatiaon planning*) dan manajemen

(*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. (Edi Suryani : 2018) Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Menurut Middleton bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerimaan sampai dengan pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Sedangkan menurut Hafied Cangara Strategi komunikasi meliputi lima tahap, yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. (Cangara : 2013)

Terdapat tiga jenis strategi komunikasi yaitu:

- a. Strategi persuasif. Informasi atau pesan yang disampaikan harus berdasarkan pada kebutuhan atau kepentingan khalayak sebagai sasarannya.
- b. Strategi melalui kontribusi pada tujuan dan misi perusahaan (strategi edukatif-informatif). Strategi ini dilakukan dengan cara menyampaikan fakta dan opini yang ada di dalam maupun di luar perusahaan, menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi.
- c. Strategi yang dibentuk oleh dua komponen yaitu komponen sasaran dan komponen sarana. Komponen sasaran yaitu satuan atau segmen yang akan digarap dimana stakeholder akan dipersempit menjadi publik dilandasi oleh seberapa jauh sasaran tersebut menyanggah opini bersama, potensi polemik dan pengaruhnya bagi masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan dan produk yang menjadi perhatian khusus.

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang kepada orang lain yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun non verbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku orang lain yang

lebih baik sesuai ajaran Islam, baik secara langsung ataupun lisan maupun tidak langsung melalui media (Wahyu Ilahi: 2010). Sedangkan menurut Bambang S. Maarif, komunikasi dakwah adalah upaya menyebarluaskan informasi keIslaman dan mengajak manusia kejalan Allah dengan mengenalkan Al-Quran dan mengamalkannya menggunakan simbol melalui media massa atau bersifat mengingatkan. (Maarif : 2015)

2. Landasan Konseptual

a. Strategi Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah suatu penyampaian pesan yang sengaja dilakukan oleh komunikator (dai) kepada komunikan (mad'u) dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu. (Wahyu Illahi, 2010). Dengan demikian komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan atau informasi Islam yang dilakukan komunikator untuk dapat mempengaruhi komunikan agar mengetahui, memahami dan dapat mengamalkan untuk menjadikan pedoman hidupnya.

Strategi komunikasi dakwah adalah sebuah perencanaan yang sistematis dan efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada target audience dengan tujuan untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditetapkan. Adapun unsur-unsur strategi komunikasi dakwah yaitu komunikator, pesan dakwah, media dakwah, komunikan dan efek dakwah. Sedangkan tujuan strategi komunikasi dakwah yaitu meningkatkan pemahaman komunikan tentang ajaran Islam, menumbuhkan kesadaran dan keimanan komunikan, memperkuat akhlak dan moral komunikan, mendorong komunikan untuk melakukan amal shaleh dan menciptakan perubahan sosial yang positif.

Strategi dakwah sangat erat kaitannya dengan manajemen, karena orientasi kedua istilah tersebut sama-sama mengarah pada sebuah keberhasilan planning yang sudah ditetapkan oleh individu maupun organisasi. Asmuni Syukur (2009: 250) mengatakan bahwa “strategi dakwah sebagai metode, siasat, taktik yang dipergunakan dalam aktivitas

kegiatan dakwah” jadi dapat dikatakan bahwa strategi dakwah merupakan bagaimana cara agar dakwahnya berhasil.

Sedangkan menurut Abu Zahra mengatakan bahwa strategi dakwah Islam adalah perencanaan, penyerahan kegiatan dan operasi dakwah Islam yang dibuat secara rasional untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan”. Dengan demikian strategi dakwah merupakan perpaduan dari perencanaan (planning), metode dan taktik untuk mencapai tujuan dakwah. Dalam mencapai tujuan dakwah tersebut dibutuhkan pemikiran-pemikiran yang matang baik teknik maupun taktik yang harus dilakukan seorang da’I dalam mencapai tujuan dakwahnya. (Aripudin, 2000:45)

Berkaitan dengan strategi dakwah Islam, maka diperlukan pengenalan yang tepat dan akurat terhadap realitas hidup manusia yang secara actual berlangsung dalam kehidupan dan mungkin realitas hidup antara satu masyarakat dengan masyarakat lain berbeda. Di sini, juru dakwah dituntut memahami situasi dan kondisi masyarakat yang terus mengalami perubahan, baik secara kultural maupun social-keagamaan. Strategi dakwah semacam ini telah diperkenalkan dan dikembangkan oleh Rasulullah Muhammad SAW dalam menghadapi situasi dan kondisi masyarakat Arab saat itu. Strategi dakwah Rasulullah yang dimaksud antara lain menggalang kekuatan di kalangan keluarga dekat dan tokoh kunci yang sangat berpengaruh di masyarakat dengan jangkauan pemikiran yang sangat luas, melakukan hijrah ke Madinah untuk fath al Makkah dengan damai tanpa kekerasan, dan lain sebagainya. (Rafi’udin dan Djaliel, 1997:78)

b. Proses Dakwah

Proses dakwah adalah suatu tahapan dalam melaksanakan kegiatan dakwah baik dalam bentuk lisan maupun tindakan atau perbuatan. Dalam hal ini proses kegiatan dakwah adalah upaya pelaksanaan dakwah yang dilakukan da’I dengan melakukan beberapa tahapan, yang dalam hal ini bisa dengan menggunakan lisan. Secara umum proses dakwah merupakan

perjalanan yang dilakukan da'I sebagai subyek dakwah. Membahas masalah proses dalam kajian ini lebih diarahkan pada masalah dakwah, yang mana dakwah itu sendiri sering dimaknai sebagai suatu kerja di jalan Allah yang implikasinya adalah adanya perubahan dari buruk menjadi baik, baik menjadi lebih baik yang tujuan akhirnya adalah keridhaan Allah SWT dan kebahagiaan dua alam, dunia dan akhirat. Kegiatan dakwah merupakan sebuah penyampaian berupa informasi yang diberikan oleh orang yang memiliki pengetahuan lebih mengenai hal atau penyampaian dari seseorang. Sehingga dalam hal ini memang perlu dilakukan kajian khusus mengenai lacer atau tidaknya penyampaian informasi tersebut, dimana dalam hal penggunaan teori psikologi dalam dakwah ini bisa diketahui melalui berbagai prinsip psikologi yang dilakukan, dimana dalam hal ini bisa dikaitkan dengan kegiatan adanya penyampaian informasi dakwah. Kegiatan dakwah umumnya bisa dikatakan berhasil apabila penyampaian informasi yang dilakukan memang dapat diserap dan juga diterima oleh masyarakat dengan baik, dimana sikap keyakinan tersebut dapat disampaikan melalui perintah Allah SWT. Adapun proses dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad Zuhi yaitu dengan metode dakwah bil hikmah, dakwah bil Mau'izah Hasanah, dakwah Mujadallah. antara lain:

1) Dakwah Bil Hikmah

Dakwah bi al-hikmah merupakan penyeruan atau pengajakan dengan cara bijak, filosofis, argumentative, dilakukan dengan adil penuh kesabaran dan ketabahan, sesuai dengan risalah al-nubuwwah dan ajaran al-Quran dan wahyu Illahi. Dengan demikian apa yang seharusnya secara benar terposisikannya sesuai secara proporsional. Dakwah bi al hikmah yang berarti dakwah bijak mempunyai makna selalu memperhatikan suasana, situasi, dan kondisi mad'u (muqtadha al hal). Hal ini berarti menggunakan metode yang relevan dan realistis sebagaimana tantangan dan

kebutuhan dengan memperhatikan kadar pemikiran dan intelektual, suasana psikologis, serta situasi social kultur mad'u.

2) Dakwah Bil Mau'izah Hasanah

Mau'izah hasanah diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan pesan-pesan positif (wasiat) yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan kedamaian dunia dan akhirat. Bahasa dalam dakwah dengan al-mau'izah al-hasanah, merupakan cara yang paling banyak digunakan. Dengan demikian, Bahasa mempunyai peran yang sangat besar dalam mengendalikan tingkah laku manusia. Dengan demikian dakwah bi al mau'izah al-hasanah atau dakwah dengan pengajaran yang baik, sebagaimana dakwah bi al-hikmah tidak hanya memperhatikan persoalan materi tetapi perlu juga memperhatikan kesuaian materi tersebut dengangolongan obyek dakwah. Hal demikian dengan pemilihan materi yang indah dan menyejukkan bagi para umat. Jadi metode ini merupakan cara berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.

3) Dakwah Mujaddalah

Al-Mujadalah adalah metode dakwah dengan cara bertukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak yang secara sinergis. Tidak adanya sebuah permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang dilakukan. Antara satu dengan yang lain saling menghargai dan menghormati pendapat keduanya. Jadi, metode ini merupakan suatu metode dengan cara bertukar pikiran dan membentah dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula menjelekkkan yang menjadi mitra dakwah. Dengan demikian Al-mujadalah merupakan upaya dakwah melalui bantahan, diskusi, atau berdebat dengan cara

yang terbaik, sopan, santun, saling menghargai, dan tidak arogan. Dalam pandangan Muhammad Husain Yusuf, cara berdakwah ini diperuntukan bagi manusia jenis ketiga. Mereka adalah orang-orang yang hatinya dikukuhkan secara kuat oleh tradisi jahiliyah, yang dengan sombong dan angkuh melakukan kebatilan, serta mengambil posisi arogan dalam menghadapi dakwah.

c. Tujuan Dakwah

Dakwah adalah bagian yang tidak bisa dipisahkan dari keislaman seseorang. Karena dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara sesuai dengan kaidah ajaran Islam. Inti dari tujuan dakwah adalah mengarah pada perubahan kepribadian seseorang, kelompok dan masyarakat. Maka dari itu seharusnya dalam berdakwah harus bersikap dinamis dan progresif.

Secara umum tujuan dakwah adalah mengajak manusia kepada jalan yang benar dan diridhai Allah SWT agar bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat. Adapun tujuan dakwah secara khusus adalah sebagai berikut:

- 1) Mengubah paradigma berpikir seseorang tentang arti penting dan tujuan hidup sesungguhnya.
- 2) Menginternasiasikan ajaran Islam dalam kehidupan seorang muslim sehingga menjadi kekuatan batin yang dapat menggerakkan seseorang dalam melaksanakan ajaran Islam.
- 3) Wujud dari internalisasi ajaran Islam tersebut adalah seorang muslim memiliki keinginan untuk mengaplikasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.



1.1. Skema Strategi Komunikasi Dakwah yang dilakukan Habib Muhammad Zuhdi

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Majelis Daar Al-Barkah yang beralamat di Jalan Pangrango Gang Haji Ahmad, RT 008 RW 004, Jatibening Baru Kecamatan Pondok Gede Baru, Kota Bekasi. Alasan peneliti mengambil di Malis Daar Al-Barkah adalah karena lokasi penelitian ini tidak jauh dari kediaman peneliti, sehingga peneliti dapat meninjau langsung kegiatan serta melihat kondisi social yang sebenarnya.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigm penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah paradig penelitian konstruktivisme. Paradigm konstruktivisme merupakan paradig yang menganggap bahwa kebenaran suatu relaitas social bersifat relative, artinya menurut paradig konstruktivisme tidak ada kebenaran tunggal. Dengan menggunakan paradig ini peneliti mendapatkan pemahaman mengenai strategi komunikasi dakwah. Dalam penelitian ini

pun kebenaran tergantung kepada obyek yang ditelitinya yaitu Habib Muhammad Zuhdi.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif memiliki karakteristik alami (*natural serfing*) sebagai sumber data langsung, deskriptif, proses lebih dipentingkan daripada hasil analisis dalam penelitian kualitatif cenderung dilakukan secara analisis induktif dan makna merupakan hal yang esensial (Moleong, 2014:4)

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti dapat mendeskripsikan seluruh data dari penelitian strategi komunikasi dakwah Habib Muhammad Zuhdi yang termasuk kedalam penelitian kualitatif yang disertai dengan deskriptif.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara dan prosedur yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki suatu masalah tertentu dengan maksud mendapat informasi untuk digunakan sebagai solusi atau masalah tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberi suatu gambaran secara lengkap terhadap strategi komunikasi dakwah Habib Muhammad Zuhdi di Di Majelis Daar Al-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi.

4. Jenis dan Sumber data

a. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif sesuai dengan desain penelitian yang digunakan yakni studi dekriptif. Semua jenis data yang terkumpul berbentuk kata-kata dan narasi kalimat hasil temuan di lapangan yang selanjutnya dinarasikan secara sistematis dan komprehensif (Sugiyono, 2014: 13).

Adapun jenis data dalam penelitian ini berkaitan dengan strategi komunikasi dakwah Habib Muhammad Zuhdi di Majelis Daar Al-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi sebagai objek penelitian. Jenis data yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah data kualitatif deksriptif yang menggambarkan bagaimana cara dan dinamika dakwah yang dilakukan oleh Habib Muhammad Zuhdi di Majelis AL-Barkah Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi.

b. Sumber Data

Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini berdasarkan jenisnya dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1) Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung kepada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. (Sugiyono, 2014, hal. 93) Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui informasi dari :

- a) Habib Muhammad Zuhdi sebagai pendakwah
- b) Andre sebagai jamaah di Majelis Al-Barkah
- c) TB Sirojudin sebagai jamaah di Majelis Al-Barkah
- d) Maulana Yusup sebagai Masyarakat Pondok Gede

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data yang dikumpulkan melalui sumber-sumber lain yang tersedia dinamakan data sekunder.

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diambil dari sebuah artikel, buku, jurnal, dan studi literature lain yang mendukung data primer dalam fokus kajian strategi komunikasi dakwah.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai satu proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode tertentu. (Silalahi, 2012: 280)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta “merekam” perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis dengan jalan pengamatan dan pencatatan. (Haris, 2010: 131)

Penelitian ini peneliti terlibat secara langsung bersama Habib Muhammad Zuhdi, yang bertujuan untuk menggambarkan Strategi Komunikasi Dakwah Habib Muhammad Zuhdi di Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi, Karena itu observasi ini dimaksudkan untuk mengangkat data secara praktis yang dapat diamati di lokasi penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu data tertentu. (Beni 2008: 154)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur dengan memperhatikan kaidah pertanyaan 5W + 1H beserta pertanyaan lain yang menunjang selama proses penelitian berlangsung

Adapun penentuan informan kunci penelitian ini adalah

- a) Habib Muhammad Zuhdi (Pendakwah)
- b) Andre (Jamaah Majelis Al-Barkah)
- c) TB Sirojudin (Jamaah Majelis Al-Barkah)
- d) Maulana Yusup (masyarakat Pondok Gede)

Adapun selanjutnya data di kumpulkan melalui data wawancara sesuai dengan pernyataan hasil wawancara dengan informan kunci.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah bahan dan dokumen tulis lainnya dari memorandum organisasi, klinis atau catatan program, dan *cointormance*, publikasi dan laporan resmi, catatan harian pribadi, surat-surat, karya-karya artistik, foto, dan memorabilia dan tanggapan tertulis untuk survei terbuka. Data terdiri dari kutipan, dokumen-dokumen yang diambil dengan cara mencatat dan mempertahankan konteks.

Peneliti menggunakan metode ini supaya memudahkan mencari kesesuaian data-data yang berasal dari data yang sudah ditentukan sebagai keperluan penelitian ini, seperti data primer yang didapatkan secara langsung dari sumber dan data sekunder sebagai pelengkap data yang diperoleh dari berbagai jenis media cetak maupun media lainnya.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan sebuah proses berkelanjutan dalam penelitian, dengan analisis awal menginformasikan data yang kemudian dikumpulkan dan ketika peneliti telah selesai mengumpulkan data maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang diperolehnya. (Silalahi, 2006: 206)

Analisis data ini tentu perlu dilakukan untuk mereduksi data menjadi perwujudan yang lebih dapat dipahami dan diinterpretasikan dengan cara tertentu sehingga hubungan dari masalah penelitian dapat ditelaah dan diuji. Selain itu dapat dilakukan pula bahwa data ini perlu dianalisis agar berbagai data yang telah diperoleh dapat disederhankan sehingga nantinya akan dapat lebih mudah untuk dipahami.

Menurut Blaxter, Hughes & Tighat secara teoritis, dalam analisis data kualitatif adalah penyajian data dimana ini sebagai sekumpulan informasi yang disusun memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (C. Hughes & M. Tight 2001).

Pada tahap analisis data, peneliti melakukan beberapa tahapan sebagai berikut: Pertama, melakukan proses inventarisasi data dari sumber data primer dan sekunder sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kedua, melakukan proses klasifikasi data sesuai dengan variabel dan sub variable

dalam perumusan masalah. Ketiga, melakukan proses analisis data melalui pendekatan deduktif dan induktif.

H. Rencana Jadwal Penelitian

Rencana jadwal penelitian ini berlangsung kurang lebih selama 6 bulan dari mulai penyusunan proposal sampai pelaksanaan sidang skripsi dengan rincian sebagai berikut:

No.	Waktu	Rencana Kegiatan
1	September 2023 – Januari 2024	Penyusunan Proposal
2	Februari 2024	Pelaksanaan Ujian Proposal
3	Maret 2024 – September 2024	Proses Penelitian Ke Lapangan
4	Juli 2024 – Oktober 2024	Proses Bimbingan
5	18 Desember 2024	Pelaksanaan Ujian Skripsi