

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Peran teknologi di era saat ini sudah begitu berkembang sangat pesat, terdapat metode modern yang menganggap harus kembali kepada Al-Qur'an dan Hadis dalam berdakwah menjadi salah satu tren dalam menyebarkan agama Islam kepada khalayak luas hingga menuntut pengelolaan media dakwah yang mengikuti perkembangan zaman. Pengelolaan media sosial menjadi salah satu solusi masjid untuk tetap eksis dan bisa mengajak serta menarik mad'u nya untuk tetap menjadikan masjid sebagai sumber peradaban.

Di era globalisasi, kemunculan teknologi informasi dan komunikasi seperti internet membuka peluang baru untuk pengembangan dan proses penyebaran pesan-pesan dakwah. Internet dipandang sebagai ruang virtual yang mampu menyebarkan pesan dakwah secara efektif, mudah diakses, cakupan wilayah yang luas dan waktu yang tidak terbatas (Rustandi, 2019).

Di tahun 1993 munculah masjid Daarut Tauhiid terus berupaya mengembangkan organisasinya dengan melakukan pembebasan tanah dan bangunan yang diikuti dengan sebuah masjid permanen berlantai tiga. Masjid DT sering disebut masjid seribu tangan, sebab dibangun secara gotong royong oleh ribuan masyarakat sekitar dan jamaah DT. Untuk menopang laju dan gerak dakwah islamiyah di daarut tauhid (Kumaini, 2016)

Masjid yang jamaahnya adalah masyarakat perkotaan, memiliki daya tarik yang kuat untuk mengundang masyarakatnya untuk beribadah. Sehingga membuat gebrakan baru dalam pembangunan dan pengelolaan sebuah masjid. Terutama di daerah perkotaan.

Masjid Daarut Tauhiid kota Bandung telah melihat peluang ini dan mengembangkan media sosialnya sebagai salah satu media dakwah. metode dakwah dilakukan secara konvensional dan mengundang jamaahnya untuk datang ke masjid menikmati atau menimba ilmu kembali di masjid, tapi hal menarik yang dilakukan oleh masjid daarut tauhiid ini dalam akun instagramnya @masjiddtbandung melihat peluang dakwah dalam medianya. Berdasarkan laporan *We Are Sosial*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang hanya sebanyak 170 juta orang. Di Indonesia, dengan persentase 84,8% Instagram menduduki posisi kedua pengguna terbanyak setelah *Whatsapp* (Ivan, 2022).

Dakwah di media Instagram yang dikelola oleh yayasan masjid Daarut Tauhiid Bandung. Terbukti bahwa sampai 05 Februari 2023 terdapat 20.009 Ribu pengikut dan 1.659 konten yang telah di posting Instagram sebagai medianya, dan bahkan masjid daarut tauhid juga telah menjadi beragam pusat rujukan untuk menjadi masjid percontohan nasional dalam pengelolaan masjid. Terbukti dengan pengikut media nya yang begitu banyak.

Terbukti dengan Masjid Daarut Tauhiid merupakan salah satu masjid yang dijadikan rujukan. Salah satu alasannya karena Masjid Daarut Tauhiid merupakan

Masjid yang memperoleh penghargaan Nabawi Award 2022 dengan tema “Masjid Pusat Peradaban Islam” tingkat nasional (Kurniawan, 2022). Penghargaan ini juga menjadi simbol bahwa masjid Daarut Tauhiid berhak di teliti dan dijadikan masjid percontohan untuk masjid lain.

Konsep masjid pada masa Rasulullah SAW ternyata tidak hanya sebatas tempat shalat saja, atau tempat berkumpulnya kelompok masyarakat (kabilah) tertentu, melainkan masjid menjadi tempat sentral seluruh aktivitas keumatan, yaitu sentral pendidikan, politik, ekonomi, sosial dan budaya. Berdasarkan keteladanan Rasulullah, masjid menjadi bagian utama dalam pembinaan umat Islam (Ridwanullah & Herdiana, 2018).

Dakwah melalui media sosial menjadi tantangan tersendiri bagi para pendakwah. Dakwah yang dikemas secara kreatif dapat menarik minat masyarakat, termasuk para anak muda. Citra dakwah yang dulunya bersifat jadul dan membosankan juga dapat menjadi dakwah yang menyenangkan melalui media sosial. Penyampaian dakwah yang baik di media sosial akan mempengaruhi keberhasilan pesan dakwah yang disampaikan.

Penelitian ini menemukan relevansinya terkait strategi komunikasi dengan pentingnya masjid sebagai pusat dakwah dengan melihat konteks perkembangan media online saat ini. Penelitian terdahulu oleh Siti Zaida dan Abraham Zakky (2022) menunjukkan bahwa strategi dakwah di perkotaan dalam sebuah komunitas. Penelitian Mahmuda dan Bukhari (2020) mengkaji tentang dakwah pada masyarakat marginal untuk menyelesaikan problematika kehidupan dengan pendekatan strategi komunikasi dakwah.

Penelitian Nasrullah (2022) menyatakan bahwa masjid bukan hanya sekedar tempat ibadah tapi juga sebagai pusat peradaban dan juga harus ada peningkatan media untuk pengenalan lebih jauhnya. Penelitian Iqbal (2022) pendekatan podcast dalam strategi dakwah yang yang di fokuskan dalam sebuah aplikasi noice.id. penelitian Prisdianti (2022) yang mengungkap strategi komunikasi menggunakan media massa radio dalam mempertahankan eksistensi di kota Semarang.

Penelitian di atas merupakan konsep strategi komunikasi dakwah yang menjadi alternatif dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman. Hal ini menunjukkan sebuah hal yang signifikan yang dapat dilakukan oleh para dai untuk melihat peluang dan memanfaatkan kemajuan teknologi di era globalisasi ini. Pemanfaatan dakwah menggunakan media sangat penting karena mempercepat penyebar luasan informasi dengan cepat.

Dakwah sangat penting dilakukan melalui media internet, karena selain sebagai wadah untuk menyebarkan nilai-nilai Islami (media dakwah), media internet juga dapat mempererat ikatan ukhuwah Islamiyah. Internet juga banyak kegunaan dan manfaatnya apabila kemajuan teknologi internet ini bisa digunakan dengan optimal oleh umat Islam. Kedua, dengan adanya perkembangan globalisasi dan informasi saat ini maka media internet menyediakan berbagai aplikasi yang bisa dijadikan tempat untuk menyampaikan pesan dakwah.

Sehingga kita perlu berlomba-lomba menguasai teknologi informasi serta mencari ilmu pengetahuan sebanyak-banyaknya, karena dengan menguasai teknologi internet akan dapat mewujudkan strategi yang tepat dan jitu sehingga nilai-nilai Islam (pesan dakwah) dapat diterima dengan baik oleh sesama umat

Islam dan umat-umat lain yang ingin mengetahui tentang nilai-nilai Islam. Ketiga, dengan berbagai perkembangan teknologi informasi di era yang serba internet seperti saat ini, sudah saatnya meneguhkan dakwah bil-internet untuk dilakukan oleh para pelaku dakwah (da'i).

Setiap muslim dengan kapasitas dan latar belakang profesinya diharuskan untuk melaksanakan dakwah Islam. Kewajiban dakwah Islam diwajibkan kepada seluruh umat Islam sesuai dengan fungsinya. Seorang ulama berdakwah melalui jalan perjuangannya, seorang penguasa berdakwah dengan kekuasaannya, seorang dokter, dosen, dan guru berdakwah dengan ilmunya, seorang pedagang, petani dan nelayan berdakwah dengan profesinya. Dakwah adalah kewajiban sepanjang hayat.

Seorang muslim yang harus dilaksanakan dalam kerangka membangun peradaban manusia didasarkan nilai-nilai keislaman. Kewajiban tersebut sebagaimana yang dijelaskan dalam surah Ali-Imran ayat 104. Mengenai metode dan media dakwah, Allah Swt memberikan petunjuk dan kebebasan kepada umat-Nya untuk menggunakan media apapun dalam menyebarkan ajaran Islam.

Ayat tersebut menjadi dasar bagi setiap muslim untuk menjalankan fungsinya sebagai da'i. Dalam kerangka metodologis, landasan normatif dakwah Islam menegaskan pentingnya menyeru pada kebaikan dan melarang manusia berbuat kemaksiatan. Amar ma'ruf nahi munkar menjadi orientasi yang harus dijunjung tinggi oleh setiap muslim dalam menegakkan kalimat tauhid. Secara teologis, perintah berdakwah dilaksanakan sebagai upaya membumikan nilai-nilai ilahiah dalam segala aspek kehidupan manusia.

Merujuk pada pandangan di atas maka penelitian ini berupaya dalam

fenomena ruang aktifitas dakwah yang modern yang telah dilakukan di masjid Daarut Tauhiid. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan berbagai data berkaitan dengan topic penelitian. Diharapkan dengan penelitian ini dapat menemukan aspek-aspek penting berkaitan dengan transmisi pesan islam.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis telah menentukan beberapa rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana penetapan komunikator/da'i yang dilaksanakan di masjid Daarut Tauhiid ?
2. Bagaimana segmentasi komunikan/mad'u yang dilaksanakan di masjid Daarut Tauhiid ?
3. Bagaimana pengemasan pesan dalam strategi komunikasi yang dilaksanakan di masjid Daarut Tauhiid ?
4. Bagaimana pemilihan media dalam pesan strategi komunikasi yang dilaksanakan di masjid Daarut Tauhiid?
5. Bagaimana hasil sikap dalam pesan strategi komunikasi yang dilaksanakan di masjid Daarut Tauhiid?

C. Tujuan Penelitian

Berangkat dari fokus penelitian yang telah dibuat, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui penetapan komunikator/da'i yang dilaksanakan di masjid Daarut Tauhiid.

2. Untuk Mengetahui segmentasi komunikan/mad'u yang dilaksanakan di masjid Daruut Tauhiid.
3. Untuk Mengetahui pengemasan pesan dalam strategi komunikasi yang dilaksanakan di masjid Daruut Tauhiid.
4. Untuk Mengetahui pemilihan media dalam pesan strategi komunikasi yang dilaksanakan di masjid Daarut Tauhiid.
5. Untuk mengetahui hasil sikap dalam pesan strategi komunikasi yang dilaksanakan di masjid Daarut Tauhiid.

D. Kegunaan Penulisan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan kontribusi kepada pembaca baik secara akademis maupun praktis.

a. Secara Akademis

Dengan adanya penelitian tentang “Strategi Komunikasi Dakwah di Masjid Perkotaan” bisa meningkatkan pengetahuan dan memberi kontribusi secara ilmiah dalam bidang Pendidikan di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Sesuai dengan materi yang diajarkan pada mata kuliah psikologi komunikasi dan metode dakwah, dalam membaca kebutuhan mad'u agar merespon pesan dakwah yang kita sampaikan.

b. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi pandangan baru dalam pengembangan metode serta sumbangan keilmuan dakwah yang relevan sesuai dengan kondisi zaman sehingga dakwah akan lebih mudah diterima oleh masyarakat sesuai dengan lingkungan yang sehari-hari di lakukan.

Selain itu juga berharap dapat membuka pemahaman baru bagi masyarakat dalam pembinaan masjid.

E. Kajian Terdahulu

Selain mengambil dari beberapa sumber selain buku-buku dan jurnal-jurnal, penelitian juga mengambil sumber untuk meneliti dari hasil penelitian sebelumnya yaitu pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Kajian Penelitian Yang Relevan

No.	Nama Peneliti	Bentuk	Fokus Kajian	Persamaan	Perbedaan
1	Mardan Mahmuda & Bukhari (2020)	Jurnal	Dakwah Pada Masyarakat Marginal Perkotaan (Studi Kasus Kota Padang)	Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Studi kasus	Objek penelitian yang peneliti gunakan tidak sama
2	Siti Zaida Hanum & Abraham Zakky Zulhazmi (2022)	Jurnal	Strategi Dakwah Muslimah di Perkotaan: Studi pada Komunitas Humaira Surakarta	Sama-sama menjadikan media sebagai objek penelitian, menggunakan metode kualitatif.	Fokus kajian yang digunakan tidak sama
3	Ujang Asep Nasrullah (2022)	Skripsi	Optimalisasi Fungsi Masjid Dalam Meningkatkan Dakwah Islam (Studi Deskriptif di	Menggunakan unsur penerimaan dakwah dalam metode sebagai	Fokus kajian yang digunakan tidak sama

			Masjid PUSDAI Jl. Diponegoro No.63, Cihaur Geulis, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat).	objek penelitian menggunakan metode studi kasus	
4.	Muhammad Iqbal (2022)	Skripsi	DAKWAH DALAM PENDEKATAN PODCAST (Studi Deskriptif Tentang Strategi Dakwah Pada Program Berbeda Tapi Bersama Pada Aplikasi Noice.Id)	Menggunakan unsur penerimaan dakwah dalam metode sebagai objek penelitian menggunakan metode studi deskriptif	Fokus kajian serta tujuan yang digunakan tidak sama
5.	Mustofa Hilmi, M. Alfandi & Sefdha Pridayanti (2022)	Tesis	Strategi Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah dalam Mempertahankan Eksistensi Kota Semarang	Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Studi kasus	Fokus kajian yang digunakan tidak sama

Sumber : hasil observasi peneliti, 2023

Adapun berdasarkan hasil penelitian yang relevan diatas, setelah dilakukan pengamatan dan analisi data Maka dapat dilihat perbedaannya dengan penelitian yang sedang dilakukan. penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif dengan teori yang dikemukakan oleh harold lasswell dengan menjawab pertanyaan *who says what in which channel to whom with what effect* yang artinya

Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana.

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

landasan teori adalah alur logika atau penalaran yang merupakan seperangkat konsep, definisi, dan proporsi yang disusun secara sistematis (Sugiyono, 2010). Dari sekian banyak teori komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli, untuk strategi komunikasi yang memadai adalah teori dari seorang ilmuwan politik dari Amerika Serikat yang bernama Harold D. Lasswell yang menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi atau cara untuk menggambarkan dengan tepat sebuah tindak komunikasi ialah menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* (siapa mengatakan apa dengan cara apa kepada siapa dengan efek bagaimana)".

Wijaya (2015: 58) berpendapat bahwa perencanaan komunikasi mesti diawali dengan langkah-langkah berikut.

- a. Menetapkan komunikator. Peran komunikator sangatlah penting sebab komunikator ialah pelaku utama dalam aktivitas komunikasi. Dalam kajian komunikasi, komunikator sebagai sumber atau ahli kendali dalam komunikasi. Oleh karena itu, seorang komunikator mesti terampil dalam berkomunikasi dengan penuh daya ide kreatifitas. Sebagai seorang komunikator harus melewati syarat antara lain; kredibilitas, daya tarik, dan

kekuatan.

- b. Menetapkan target sasaran serta menganalisis kebutuhan khalayak. Khalayak dapat diartikan komunikan dalam studi komunikasi. Seorang komunikator mesti memahami kebutuhan masyarakat. Terlebih lagi, kebutuhan masyarakat yang menjadi target sasaran dalam kegiatan komunikasi. Sehingga, seorang komunikator dapat menyesuaikan akan pesan serta metode penyampaian yang akan dilakukannya untuk mencapai tujuan dari komunikasi itu sendiri.
- c. Menyusun pesan yang hendak disampaikan. Pesan merupakan segala informasi yang disampaikan komunikator dalam bentuk simbol yang kemudian ditanggapi dan diterima oleh komunikan dalam sekumpulan makna.
- d. Memilih media komunikasi. Dalam pemilihan media komunikasi sebaiknya mempertimbangkan terlebih dahulu akan karakteristik dan tujuan dari pesan yang akan disampaikan. Apabila sasarannya adalah masyarakat luas yang lebih sering menggunakan gawai maka pesan dapat disebarluaskan melalui media online maupun media sosial
- e. Efek atau pengaruh komunikasi. Segala aktivitas komunikasi tentunya memiliki tujuan, salah satunya mempengaruhi target sasaran komunikasi. Pengaruh dapat terjadi dalam bentuk perubahan sikap, perilaku ataupun pengetahuan.

2. Kerangka Pemikiran

Strategi adalah pendekatan yang dilakukan secara menyeluruh yang memiliki keterkaitan dengan perencanaan, gagasan, dan eksekusi dari sebuah aktivitas dalam jangka waktu yang telah ditetapkan. Suatu strategi dapat dikatakan baik apabila memiliki koordinasi kelompok kerja dan dapat mengidentifikasi faktor-faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan ide untuk mencapai tujuan secara efektif (Tjiptono, 2000).

Dalam menetapkan sebuah strategi tentu mustahil jika di dalamnya tidak ada kegiatan komunikasi. Komunikasi atau "*communis*" (Bahasa Latin) memiliki arti "sama", *communico*, *communication*, atau *communicare* yang artinya "membuat sama" *to make common* (Mulyana, 2010).

Colin Chery mengatakan komunikasi adalah suatu bentuk kesatuan sosial yang berasal dari individu-individu melalui tanda dan bahasa yang memiliki kesamaan peraturan guna mencapai tujuan. Di sisi lain, komunikasi merupakan mesin yang mendorong proses sosial sehingga memungkinkan adanya interaksi di antara manusia serta menjadikan manusia sebagai makhluk sosial (Rivers & Peterson, 2003).

Strategi komunikasi sering di artikan sebagai suatu keputusan mengenai tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang disertai dengan rumusan tujuan yang jelas dengan menimbang situasi dan kondisi sasaran di tuju (Mudjiono, 2015).

Strategi komunikasi juga diterapkan dalam pengembangan dakwah

umat islam. Suatu upaya untuk merubah suatu keadaan sehingga seorang atau masyarakat mengamalkan islam sebagai ajaran dan pandangan hidup yang tidak dianggap ketinggalan zaman karena adanya perubahan zaman yang mempengaruhi pola pemikiran.

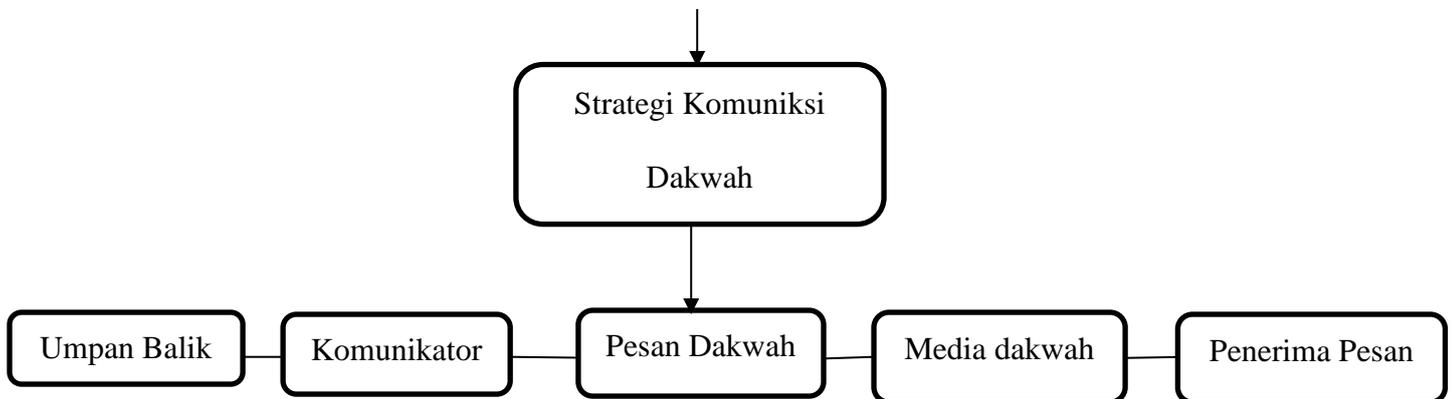
Dakwah merupakan segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran Islam kepada orang lain dengan berbagai cara bijaksana agar memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan. Berbagai cara bijaksana itu mestilah dilaksanakan dengan seperangkat ilmu yang dikenal sebagai ilmu dakwah (Wahidin, 2011).

Begitu juga dakwah dengan pengaruh pemanfaatan masjid sebagai pusat dari peradaban dan juga berpengaruh besar dalam pengajaran agama islam dalam berdakwah. Perkembangan masjid dimasa 4.0 dan ditengah keterlunaan orang-orang akan media pun harus di ikuti dan menanamkan nilai-nilai dakwah tersebut kedalam media yang ada. Peluang ini telah dilakukan beberapa masjid di indonesia salah satunya masjid Daarut Tauhiid jawa barat.

Dari sana penulis menggunakan pendekatan studi kasus untuk meneliti strategi komunikasi dakwah yang dilakukan di masjid Daarut Tauhiid. Pola dakwah yang di kembangkan melalui media sehingga menarik daya tarik para mad'u untuk kembali menjadikan masjid sebagai pusat peradaban.

Bagan 1. Skema Kerangka Pemikiran

Masjid Daarut Tauhiid



Sumber :Hasil observasi penulis 2023

Masjid sebagai pusat dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i melalui media dakwah untuk tercapainya pesan dakwah yang ingin disampaikan. Sehingga dapat menimbulkan efek/umpan balik bagi penerima pesan atau jamaah di masjid Daarut Tauhiid yang dapat disimpulkan sebagai hasil dari pembinaan yang dilakukan di masjid Daarut Tauhiid.

3. Langkah Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan sengaja di masjid Daarut Tauhiid yang bertempat di Jl. Gegerkalong Girang No.38, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154. Pemilihan lokasi ini dijadikan pertimbangan dalam memilih masjid yang media masjidnya berjalan dan pernah mendapatkan reward atau apresiasi hingga menjadi masjid percontohan nasional yang diapresiasi sebagai masjid pusat peradaban.

2. Paradigma dan Pendekatan

a. Paradigma

Penulisan yang penulis pakai ialah paradigma interpretif. Paradigma interpretif relevan dalam penelitian ini karena dalam sebuah studi kasus memiliki banyak unsur didalamnya. Sehingga akan membentuk suatu kesatuan yang kuat sempurna dengan berbagai sudut pandang. Dalam penelitian ini untuk mengetahui aspek-aspek yang membentuk terjadinya konstruksi strategi komunikasi dakwah yang ada di masjid Daarut Tauhiid.

b. Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana penelitian ini relevan dengan pendekatan kualitatif karena penelitian ini lebih menekankan terhadap makna dan meneliti objek ilmiah, yang mengkaji hasil terhadap fenomena yang ada di masjid Daarut Tauhiid secara komprehensif.

3. Metode Penelitian

Dalam penulisan ini, penulis menggunakan metode studi kasus. Metode ini relevan dengan yang penulis lakukan dengan penelitian ini karena difokuskan pada strategi komunikasi dakwah di masjid Daarut Tauhiid. Dengan penggambaran yang rinci dan mengungkap sebuah kasus dengan sebuah teori

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan peneliti adalah kualitatif deskriptif karena pengelolaan penelitian deskriptif datanya berbentuk kata-kata, dan

gambar. Data-data sejenis diuraikan secara deskriptif dengan gambaran luas dan mendalam. Jenis data dalam penelitian ini yaitu seluruh informasi yang berkaitan dengan studi kasus dakwah di media sosial instagram melalui wawancara dan observasi

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini juga diperlukannya sebuah sumber data yang validasinya dapat dipertanggung jawabkan, sumber itu sendiri meliputi; sumber data primer dan sumber data sekunder.

1) Sumber data primer

Dalam penelitian ini, data primer adalah informasi tentang studi kasus di masjid Daarut Tauhiid yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi kepada pengurus masjid Daarut Tauhiid, mubaligh dan jama'ah masjid Daarut Tauhiid.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Data tersebut antara lain berasal dari skripsi terdahulu, Instagram @masjiddtbandung, website pesantrendt.id dan daaruttauhiid.org serta sumber lainnya yang berkaitan dengan masjid Daarut Tauhiid.

5. Informan atau Unit Analisis

a. Informan

Informan utama dalam penelitian ini adalah dewan kemakmuran masjid Daarut Tauhiid, mubaligh dan jama'ah dari masjid Daarut Tauhiid.

b. Unit analisis

Sedangkan analisis isi unit, analisisnya berupa teks, pesan dan medianya sendiri. Maka dari itulah dalam penulisan ini, penulis menggunakan unit analisis teks dalam audio visual yang disajikan oleh akun Instagram Penulis memilih menggunakan unit analisis karena penulis akan menganalisis isi pesan dakwah di masjid Daarut Tauhiid.

6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun macam-macam teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Observasi

Teknik observasi yang dilaksanakan oleh penulis sendiri dengan ikut mengikuti kegiatan dakwah dan memantau media serta website yang dilaksanakan masjid Daarut Tauhiid. Agar dapat mengamati langsung fenomena sosial yang dilaksanakan di masjid Daarut Tauhiid.

b. Wawancara

Di teknik ini peneliti melaksanakan wawancara atau tanya jawab terhadap ketua dewan kemakmuran masjid, pusat informasi dan konseling masjid dan jama'ah masjid Daarut Tauhiid mengenai informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

c. Dokumentasi

Dalam melaksanakan teknik dokumentasi, peneliti

memperoleh data dengan cara mengamati, mengabadikan gambar dan meminta dan mengumpulkan data arsip di setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh masjid Daarut Tauhiid.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penentuan keabsahan Data-data yang sudah terkumpul nantinya harus bisa dipertanggung jawabkan. Maka dari itu, dalam penulisan ini penulis akan menggunakan triangulasi metode. Triangulasi metode adalah metode yang digunakan untuk menguji ke-kredibilitas- an sebuah data dengan cara membandingkan beberapa sumber data yang menggunakan metode serupa dengan penulisan ini.

8. Teknik Analisis Data

Langkah-langkah dalam menganalisisnya adalah:

- a. Mengamati seluruh data yang diperoleh, buah dari observasi, wawancara adapun dokumentasi, setelahnya dilakukan pengeditan dan penyaringan kepada data yang dibutuhkan dan tidak dibutuhkan.
- b. Mengartikan data-data yang sudah dibagi menurut jenis masalahnya yang bakal terjawab dalam penelitian.
- c. Memaparkan data serupa dengan tujuan penelitian.
- d. Meringkas hasil pengkajian dan penelitian, agar diperoleh jawaban atas permasalahan- permasalahan yang berada pada penelitian.