

**STRATEGI KOMUNIKASI MUSLIMAT DEWAN DAKWAH
ISLAMIAH INDONESIA SUMATERA UTARA DALAM
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MUSLIM KOTA MEDAN**

TESIS

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi*

Oleh:

YAKHMAN HULU
NPM : 1720040027



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

PENGESAHAN TESIS

Nama : Yakhman Hulu
Nomor Pokok Mahasiswa : 1720040027
Program Studi/Konsentrasi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Strategi Komunikasi Muslimat Dewan Dakwah
Islamiyah Indonesia Sumatera Utara Dalam
Pemberdayaan Masyarakat Muslim Kota Medan



Pengesahan Tesis
Medan, 28 Pebruari 2020

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si

Dr. Yan Hendra, M.Si

UMSU

Diketahui

Direktur

Ketua Program Studi

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dr. Syaiful Bahri, MAP

Hj. Rahmanita Ginting, MSc.Ph.D

PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI MUSLIMAT DEWAN DAKWAH
ISLAMIAH INDONESIA SUMATERA UTARA DALAM
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MUSLIM KOTA MEDAN**

YAKHMAN HULU

1720040027

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

“Tesis ini telah dipertahankan di Hadapan Panitia Penguji yang dibentuk oleh Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dinyatakan Lulus dalam Ujian Tesis Dan Berhak Menyandang Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) Pada Hari Jumat Tanggal 28 Februari 2020”

Panitia Penguji

1. Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si. 1.....
Ketua
2. Dr. Yan Hendra, M.Si. 2.....
Sekretaris
3. Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D. 3.....
Anggota
4. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom. 4.....
Anggota
5. Dr. Arifin Saleh, MSP. 5.....
Anggota

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

STRATEGI KOMUNIKASI MUSLIMAT DEWAN DAKWAH ISLAMİYAH INDONESIA SUMATERA UTARA DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MUSLIM KOTA MEDAN

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa:

1. Tesis ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara benar merupakan hasil karya peneliti sendiri.
2. Tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/doktor), baik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara maupun di perguruan tinggi lain.
3. Tesis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Komisi Pembimbing dan masukan Tim Penguji.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang penulis sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 28 Februari 2020
Peneliti,



YAKHMAN HULU
1720040027

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YAKHMAN HULU
NPM : 1720040027
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana
Universitas : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara Dalam Pemberdayaan Masyarakat Muslim Kota Medan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 28 Februari 2020
Yang Menyatakan,



(YAKHMAN HULU)

**STRATEGI KOMUNIKASI MUSLIMAT DEWAN DAKWAH
ISLAMİYAH INDONESIA SUMATERA UTARA DALAM
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MUSLIM KOTA MEDAN**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat muslim di kota Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam pemberdayaan masyarakat muslim kota Medan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah meliputi uraian teoritis tentang komunikasi, strategi komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui wawancara dengan informan sebanyak empat orang, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara menggunakan strategi komunikasi interaktif, transaksional dengan pola pendekatan persuasif dalam pemberdayaan masyarakat muslim kota Medan yang meliputi pembinaan di LP Wanita Tanjung Gusta, kursus calon pengantin, pengajaran Al-Qur'an, pelatihan fardhu kifayah dan pemberdayaan ekonomi umat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, Kota Medan

**COMMUNICATION STRATEGY OF MUSLIMAT BOARD OF DAKWAH
ISLAMIYAH INDONESIA NORTH SUMATERA IN EMPOWERMENT
OF MUSLIM COMMUNITIES IN MEDAN CITY**

ABSTRACT

This research is motivated by the importance of communication in the empowerment of Muslim communities in the city of Medan. The purpose of this study is to explain the communication strategy of Muslimat Board of Dakwah Islamiyah Indonesia North Sumatera in empowerment of muslim communities in Medan city. The theory used in this study includes theoretical descriptions of communication, communication strategies in community empowerment. This research uses a qualitative approach. Research data collection was carried out through interviews with 4 (four) informants, observation and documentation Data analysis techniques are carried out through the process of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results showed that the North Sumatra Indonesian Da'wah Council Islamic Boarding School Muslim students used an interactive, transactional communication strategy with a persuasive approach to empowering the Muslim community in Medan which included coaching at the Tanjung Gusta Women's Prison, suscatin courses, teaching the Al Qur'an, training fardhukifayah, economic empowerment of the people.

Keywords: Communication Strategy, Muslimat Indonesian Da'wah Council,
Medan City

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan syukur atas kehadiran Allah Swt, yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan tesis yang berjudul Strategi Komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Indonesia Islamiyah Sumatera Utara Dalam Pemberdayaan Masyarakat Muslim Kota Medan. *Shalawat* dan salam tercurahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, dan sahabat, *tabi'*, *tabi'in* yang telah menyampaikan dan mempertahankan risalah agama Islam hingga dapat kita nikmati sampai saat ini.

Peneliti menyadari terdapat kekurangan dalam pengejaan tesis yang berjudul Strategi Komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara Dalam Pemberdayaan Masyarakat Muslim Kota Medan. Untuk itu, peneliti dengan senang hati agar kritik dan saran yang diberikan kepada peneliti dapat menyempurnakan tugas akhir ini. Terimakasih Ayahanda dan Ibunda tercinta Hasan Basri dan Ramlah tersayang serta saudara-saudara peneliti, baik dari Gunungsitoli maupun dari Kutacane dimana dengan doa, dukungan moril maupun materil yang tiada terhingga dari semuanya sehingga selesai juga penelitian ini. Kepada Istri tercinta Juraida, S.Pd.,M.Pd yang dengan segala pengorbanan jiwa, harta, dan juga waktu yang disediakan untuk mendiskusikan

tema-tema menarik dari tesis ini, sungguh peneliti sebagai suami mengucapkan ribuan terima kasih dengan segenap cinta kasih sayang diiringi harapan semoga Allah ridha atasmu dalam kehidupan dunia dan akhirat. Kepada anak-anakku tercinta yang sulung Muhammad Rizki Hanif Hulu, putri tersayang Aisyah Husna Az-Zahra Hulu dan bungsu tercinta Muhammad Ridwan Hafizh Hulu terimakasih atas doa, perhatian untuk penyelesaian tesis ini. Banyak waktu yang terlewatkan bersama kalian demi untuk pencapaian cita-cita mulia ini.

Terimakasih juga peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Agussani., M. AP Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).
2. Bapak Dr. Syaiful Bahri., M.AP. Selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).
3. Ibu Hj. Rahmanita Ginting., M.Sc., Ph.D Selaku Ketua Prodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sekaligus dosen penguji I yang memberi banyak masukan terhadap penelitian yang dilakukan peneliti.
4. Bapak Muhammad Thariq S.Sos., M.I.Kom Selaku Sekretaris Prodi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang selalu hadir untuk memantau tahapan seminar kolokium, seminar hasil dan sidang tesis yang peneliti lewati.

5. Bapak Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing I yang memberi banyak masukan kepada peneliti. Sehingga peneliti lebih jeli dan luas dalam menuliskan hasil penelitian ke dalam tesis ini.
6. Bapak Dr. Yan Hendra., M.Si selaku Pembimbing II yang telah menjadi tempat diskusi dan selalu sabar membimbing dan memotivasi peneliti untuk cepat menyelesaikan studi.
7. Bapak Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom selaku Penguji II yang banyak memberikan banyak masukan terhadap penelitian yang peneliti buat, sehingga peneliti dapat memperbaiki dan menyempurnakan tesis ini.
8. Bapak Dr. Arifin Saleh, MSP selaku Penguji III yang juga membantu peneliti dengan memberikan koreksi dan saran terhadap penelitian yang dilakukan.
9. Pengurus Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera yang telah bersedia menjadi sumber primer dalam penelitian ini. Semoga ormas ini semakin eksis dalam upaya-upaya pemberdayaan masyarakat muslim di masa mendatang.
10. Bapak Dr. H. Impun Siregar, MA, sebagai Kepala Kantor Kementerian Agama Kota Medan yang senantiasa memberikan motivasi dalam upaya penyelesaian studi Magister Ilmu Komunikasi ini.
11. Teman-teman ASN Kantor Urusan Agama Kecamatan Medan maimun yang selalu memberikan dorongan untuk dapat menyelesaikan studi ini dengan sebaik-baiknya.

12. Rekan-rekan satu stambuk Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana UMSU dan segenap civitas akademik yang telah memfasilitasi pelaksanaan penelitian sampai dengan pelaksanaan sidang tesis.

Medan, 28 Februari 2020

Yakhman Hulu

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Komunikasi.....	8
2.1.1. Tujuan Komunikasi.....	13
2.1.2. Bentuk-bentuk Komunikasi.....	13
2.1.3. Fungsi Komunikasi.....	15
2.1.4. Fungsi Komunikasi Organisasi.....	16
2.1.5. Hambatan Komunikasi Organisasi.....	18
2.1.6. Komunikasi Transaksional.....	19
2.1.7. Komunikasi Interaksional.....	21
2.2. Strategi Komunikasi.....	22
2.3. Pemberdayaan Masyarakat.....	33
2.3.1. Konsep Pemberdayaan.....	38
2.3.2. Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Islam.....	51
2.4. Kerangka Berpikir.....	55
2.5. Kategorisasi Penelitian.....	55
2.6. Kajian Penelitian Terdahulu.....	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	62
3.1. Metode Penelitian.....	62
3.2. Subjek dan Objek Penelitian.....	63
3.3. Informan.....	64

3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.5. Teknik Analisis Data.....	67
3.6. Keabsahan Data.....	70
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1. Hasil Penelitian.....	72
4.1.1. Gambaran Umum Penelitian.....	72
4.1.2. Visi dan Misi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara.....	73
4.1.3. Tugas Pokok Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara.....	74
4.1.4. Susunan Kepengurusan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara.....	76
4.1.5. Strategi Komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara.....	78
4.1.6. Hambatan Komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara.....	86
4.2. Pembahasan.....	89
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1. Simpulan.....	96
5.2. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi Lasswell.....	27
Gambar 2.1. Kerangka berpikir strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kategorisasi Penelitian.....	55
Tabel 4.1. Informan Penelitian.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

1. Transkrip wawancara
2. Dokumentasi
3. Berita Acara Seminar Kolokium
4. Surat Izin Penelitian
5. Biodata Peneliti

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pemerintah banyak melakukan usaha pemberdayaan masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan. Usaha tersebut sebagai bentuk tanggung jawab negara dalam mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana termaktub dalam semangat pembukaan undang-undang dasar tahun 1945. Bahkan hal yang sangat membanggakan bagi kita adalah bahwa setiap organisasi kemasyarakatan selalu memiliki bidang yang berkaitan dengan persoalan pemberdayaan (*empowerment*) dengan berbagai varian program unggulan yang ditawarkan berdasarkan analisis kebutuhan dan juga sumber daya yang dimiliki. Oleh setiap organisasi kemasyarakatan.

Kegiatan pemberdayaan itu merujuk pada segenap aktivitas pengorganisasian dan pendistribusian pelayanan sosial pada masyarakat baik secara individu maupun kelompok yang kurang beruntung. Diskusi dan debat mengenai pemberdayaan menjadi prioritas pekerja sosial yang berharap masyarakat yang memiliki keterbatasan potensi akan lebih berdaya agar dapat berkiprah pada dunia luar (Hokenstad, 1997:3-6).

Bertitik tolak dari strategi kebijakan di atas, penanganan pemberdayaan masyarakat seyogyanya ditangani oleh tim dari berbagai sektor secara bersama-sama mengajak seluruh komponen membentuk komitmen peduli terhadap perubahan. Masing-masing komponen tersebut dibutuhkan interaksi secara timbal

balik sehingga menjadi kekuatan daya tahan menangkal segala persoalan. Disamping itu perlu dikembangkan kemampuan komunikasi pribadi/interpersonal untuk merumuskan strategi kebijakan, langkah-langkah tindakan, dan evaluasi.

Komunikasi interpersonal menjadi suatu cara untuk mendorong individu-individu secara bersama-sama melakukan pembelajaran yang berkesinambungan. Kemampuan komunikasi interpersonal secara santun akan efektif melakukan interaksi antara anggota masyarakat secara internal dan eksternal yang menjadi kekuatan terbentuknya jaringan sosial yang diperlukan. Dengan mengembangkan potensi komunikasi interpersonal, selain terbentuknya jaringan sosial, pada gilirannya akan terbentuk modal sosial yang dijadikan landasan melakukan komitmen bersama untuk membangun masyarakat.

Melalui komunikasi interpersonal diharapkan potensi-potensi yang ada pada anggota masyarakat dapat dikembangkan sesuai kapasitasnya untuk memperoleh hasil semaksimal mungkin. Lebih dari itu masing-masing individu dapat membentuk suatu perkumpulan pembelajaran yang memberikan peluang berkembangnya harapan, aspirasi, dan motivasi untuk melakukan perubahan dari pola hidup yang lama menuju pada pola kehidupan yang baru. Hal inilah yang dilakukan oleh Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara. Aktivist Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara ini secara terorganisir dan terprogram senantiasa melaksanakan upaya pemberdayaan pada masyarakat muslim kota Medan. Program unggulan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara meliputi pelaksanaan kursus pra nikah,

Training Of Trainers (TOT) dan pembinaan dakwah pada lembaga pemasyarakatan perempuan Tanjung Gusta Medan, pelatihan fardhu kifayah bagi kelompok majelis taklim di Kelurahan Sei Mati Kecamatan Medan Maimun, pelatihan pembuatan tempe pada masyarakat gang Syukur Kecamatan Belawan, kegiatan Daurah Qur'an pada mahasiswa Fakultas kedokteran Universitas Sumatera Utara. Dalam proses kegiatan pemberdayaan masyarakat ini, Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara adalah sebagai fasilitator. Fasilitator adalah orang yang memberikan bantuan dalam memperlancar proses komunikasi sekelompok orang, sehingga mereka dapat memahami atau memecahkan masalah bersama-sama. Fasilitator bukanlah seseorang yang hanya bertugas memberikan pelatihan, bimbingan nasihat atau pendapat. Fasilitator harus menjadi narasumber yang baik untuk berbagai permasalahan yang dihadapi masyarakat, khususnya bagi masyarakat Kota Medan yang diketahui terdiri dari beragam suku, budaya dan agama. Dengan perbedaan yang ada, Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara memerlukan suatu strategi komunikasi, agar program dan tujuan yang mereka rancang dapat berjalan dengan baik. Strategi merujuk pada pendekatan komunikasi menyeluruh yang akan diambil dalam rangka menghadapi tantangan yang akan dihadapi selama berlangsungnya proses komunikasi. Berbagai pendekatan dapat dilakukan tergantung pada situasi dan kondisi, misalnya pendekatan pemberdayaan masyarakat, pendekatan keagamaan, model dakwah, atau pendekatan kelembagaan. Salah satu dari pendekatan-pendekatan itu dapat dianggap sebagai

dasar dari sebuah strategi dan berfungsi sebagai sebuah kerangka kerja untuk perencanaan komunikasi selanjutnya. Sebuah strategi hendaknya menyuguhkan keseluruhan arah bagi inisiatif, kesesuaian dengan berbagai sumber daya yang tersedia, meminimalisir resistensi, menjangkau kelompok sasaran, dan mencapai tujuan inisiatif komunikasi. Sebaliknya, komunikasi yang kurang efektif dapat menyulitkan kegiatan bersama dan lebih jauh lagi dapat menyebabkan lemahnya etos kerja dan ketidakseimbangan diantara anggota suatu organisasi. Oleh sebab itu dalam sebuah organisasi harus dikembangkan sistem komunikasi yang baik dan terbuka. Karena, terlepas dari banyaknya sistem komunikasi dan beberapa hambatan dalam komunikasi, dapat dikatakan bahwa komunikasi terbuka lebih efektif diterapkan daripada sistem komunikasi tertutup. Di dalam sistem komunikasi seperti ini dapat dimunculkan rasa seperti saling pengertian, kesenangan, pengaruh baik pada sikap, hubungan yang makin baik dalam tindakan (Rahmat, 2001:13).

Strategi pada hakekatnya adalah perpaduan antara perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan peta arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 1992: 32). Menurut William F. Gluek yang dikutip dalam buku Amirullah, strategi adalah cara suatu lembaga untuk menjawab suatu tantangan lingkungan. Strategi dirancang untuk meyakinkan bahwa sasaran dasar organisasi akan dicapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh organisasi yang melaksanakannya (Amirullah, 2000:

27). Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai satu tujuan. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003: 301). Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut *who* (Siapakah komunikatornya), *says what* (pesan apa yang dinyatakannya), *in which channel* (media apa yang digunakannya), *to whom* (siapa komunikannya), *with what effect* (efek apa yang diharapkan).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian tertarik untuk meneliti strategi komunikasi apa yang digunakan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam pemberdayaan masyarakat muslim Kota Medan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **Bagaimana Strategi Komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara Dalam Pemberdayaan Masyarakat Muslim Kota Medan.**

1.3. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian tentu mempunyai tujuan. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam pemberdayaan masyarakat muslim Kota Medan.
2. Untuk menganalisis hambatan strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam pemberdayaan masyarakat muslim Kota Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis.

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah teori maupun konsep tentang strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam pemberdayaan masyarakat muslim Kota Medan.

2. Manfaat Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi kajian komunikasi khususnya strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam pemberdayaan masyarakat muslim Kota Medan.

3. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi barometer bagi akademisi, praktisi, masyarakat dan organisasi khususnya Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam membuat

kebijakan untuk dapat menggunakan strategi komunikasi yang tepat dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat muslim Kota Medan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi

Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin *comunicatio* bersumber dari *communis* yang berarti sama. Sama di sini adalah dalam pengertian sama makna. Komunikasi minimal harus mengundang kesamaan makna antara kedua belah pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi itu tidak bersifat informatif saja, yakni agar orang mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif yaitu agar orang bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu kegiatan dan lain-lain (Ilaihi, 2010: 4). Sedangkan secara epistemologi komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain (Effendy, 1993: 4). Jadi, komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan kepada orang lain dan komunikasi akan berlangsung apabila ada persamaan makna tentang hal dikomunikasikan. Jelasnya, komunikasi efektif akan berlangsung apabila seseorang mengerti apa yang dinyatakan oleh komunikator, dan sebaliknya komunikasi efektif tidak akan berlangsung apabila komunikan tidak mengerti tentang yang dikatakan oleh komunikator.

Adapun pengertian komunikasi menurut para ahli komunikasi ialah:

1. **Carl I. Hovland** yang dikutip oleh Wiryanto dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi bahwa, *Communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols)*

to modify, the behaviour of other individu (Wiryanto, 2006: 6). (Proses yang dilakukan oleh seseorang (komunikator) untuk mentransmisikan stimulus (biasanya simbol verbal) untuk memodifikasi, perilaku dari individu yang lain).

2. **Brent D. Ruben.** Komunikasi manusia adalah suatu proses melalui individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi, dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasikan lingkungan dan orang lain. Pada definisi ini komunikasi juga dikatakan sebagai proses yaitu suatu aktifitas yang mempunyai beberapa tahap yang terpisah satu sama lain tetapi berhubungan. Istilah menciptakan informasi yang dimaksudkan Ruben di sini adalah tindakan menyandikan (*encoding*) pesan yang berarti, kumpulan data atau suatu kumpulan isyarat. Sedangkan istilah pemakaian kata informasi menunjukkan pada peranan informasi dalam mempengaruhi tingkah laku manusia baik secara individual, kelompok, maupun masyarakat. Jadi jelas bahwa tujuan komunikasi menurut Ruben adalah untuk mempengaruhi tingkah laku orang lain (Muhammad, 2009: 4).

Beberapa definisi tersebut memberi pemahaman bahwa komunikasi adalah proses memindahkan ide dari komunikator kepada komunikan dengan maksud untuk merubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain, apabila komunikasinya komunikatif. Komunikasi komunikatif ialah tidak hanya tahu bahasa yang digunakan, juga mengerti makna dari bahasa yang diucapkan. Karena kesamaan

bahasa yang dipergunakan dalam percakapan belum tentu menimbulkan kesamaan makna.

Komunikasi adalah suatu yang urgen dalam kehidupan umat manusia. Oleh karenanya, kedudukan komunikasi dalam Islam mendapat tekanan yang cukup kuat bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan sebagai makhluk tuhan. Terekam dengan jelas bahwa tindakan komunikasi tidak hanya dilakukan terhadap sesama manusia dan lingkungan hidupnya saja, melainkan juga dengan tuhan. Dalam Alquran terdapat banyak sekali ayat yang menggambarkan tentang proses komunikasi. Salah satu diantaranya adalah dialog yang terjadi pertama kali antara Allah SWT, malaikat, dan manusia.

Dialog tersebut menggambarkan salah satu potensi manusia yang dianugerahkan oleh Allah swt. kepada manusia. (Ilaihi, 2010 :2). Sebagaimana digambarkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 31-33 yang artinya:

“Dan dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda-benda) seluruhnya, Kemudian mengemukakannya kepada para malaikat lalu berfirman: "Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika kamu mamang benar orang-orang yang benar!". 32. Mereka menjawab: "Maha Suci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain dari apa yang Telah Engkau ajarkan kepada Kami; Sesungguhnya Engkaulah yang Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana. 33. Allah berfirman: "Hai Adam, beritahukanlah kepada mereka nama-nama benda ini." Maka setelah diberitahukannya kepada mereka nama-nama benda itu, Allah berfirman: "Bukankah sudah Ku katakan kepadamu, bahwa Sesungguhnya Aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan mengetahui apa yang kamu lahirkan dan apa yang kamu sembunyikan?"

Memang salah satu definisi komunikasi sebagaimana yang dikatakan oleh Everett M. Rogers dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya Hafied Changara menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses mengalihkan ide dari

sumber kepada penerima, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku (Cangara, 2002:17). Tujuan yang awalnya mulia untuk mengubah tingkah laku kepada yang baik bisa membawa kepada permasalahan baru, bahkan menimbulkan perpecahan jika tidak menggunakan strategi yang matang kepada yang baik bisa membawa kepada permasalahan baru, bahkan menimbulkan perpecahan jika tidak menggunakan strategi yang matang. Dari definisi komunikasi, dapat diketahui bahwa komunikasi terjadi karena ada unsur-unsur sebagai berikut:

- a. **Komunikator.** Pengirim pesan yang dimaksud di sini adalah manusia yang mengambil inisiatif dalam komunikasi. Pesan disampaikan komunikator untuk mewujudkan motif komunikasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber terdiri dari satu orang. Tetapi juga bisa dari kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber tersebut disebut komunikator atau *sender* (Wiryanto, 2000: 24).
- b. **Pesan.** Pada dasarnya pesan bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya dan menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak gerik, lisan dan tulisan. Karena pesan bersifat abstrak, seorang komunikan tidak akan tahu apa yang ada dibenak seorang komunikator, hingga komunikator mewujudkannya dalam lambang-lambang komunikasi (Vardiansyah, 2004: 23). Agar pesan dapat diterima dengan baik maka pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan harus menggunakan bahasa yang

mudah untuk dimengerti (Mondry, 2008: 8). Pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan sebenarnya dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui saluran media komunikasi. Isi pesan yang disampaikan bias berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau propaganda. Pesan ini biasanya disebut *message* atau *content*. Pesan dapat disampaikan melalui berbagai media diantaranya melalui alat komunikasi telepon seluler seperti *sms*, *whatsapp*, *messenger*, dan lain sebagainya.

- c. **Komunikan.** Penerima informasi adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bias terdiri dari satu orang atau lebih, bias dalam bentuk kelompok, partai dan bangsa. Penerima bisa juga disebut komunikan. Penerima adalah elemen penting dalam komunikasi. Jika satu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah besar yang sering terjadi menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan maupun saluran.
- d. **Dampak Komunikasi.** Dampak komunikasi dapat diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan, yaitu kognitif (seseorang dari tidak tahu mejadi tahu sesuatu), efektif (bagaimana sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju dan tidak

setuju terhadap sesuatu), dan Konatif (tingkah laku yang membuat seseorang yang melakukan sesuatu).

2.1.1. Tujuan komunikasi

Setelah proses komunikasi berlangsung apa yang disampaikan komunikator dapat dimengerti oleh komunikan. Tugas komunikator adalah harus menjelaskan pesan utama dengan jelas dan sedetail mungkin orang lain bisa memahaminya, dan yang mejadi tujuannya adalah:

1. Perubahan sikap,
2. Mengubah opini dan pandangan,
3. Mengubah prilaku,
4. Mengubah masyarakat, (Effendy, 2007: 55)

Melalui komunikasi, setiap individu dapat memahami individu lainnya dengan kemampuan mendengar tentang suatu hal yang sedang dibicarakan orang lain. Supaya apa yang disampaikan dapat diterima orang lain. Komunikasi serta pendekatan persuasif adalah cara agar sebuah gagasan mudah diterima oleh orang lain

2.1.2. Bentuk-bentuk komunikasi

Komunikasi yang diterapkan oleh seseorang akan dipengaruhi oleh tujuan yang ingin dicapainya sehingga bentuk komunikasi akan berhubungan dengan desain-desain komunikasi. Desain komunikasi yang dirumuskan mulai dari tingkatan ide sampai pada kertas kerja dan praktik-praktik dalam bentuk perilaku individu hingga menghasilkan efek komunikasi. Kemudian dalam prosesnya

memanfaatkan sejumlah media dan teknologi sehingga dapat dikatakan bahwa fenomena tersebut menghasilkan sebuah bentuk komunikasi (Suryadi, 2018:11).

1. Komunikasi Personal (*Personal Communication*), yaitu :

- a. Komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*) menurut Dedi Mulyana, komunikasi antar pribadi adalah komunikasi dengan diri kita sendiri, baik kita sadari atau tidak. Contohnya berfikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi pribadi dan komunikasi dalam konteks yang lainnya meskipun dalam disiplin komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi interpersonal ini melekat pada komunikasi dua orang, tiga orang dan seterusnya, karena sebelum komunikasi dengan orang lain biasanya komunikasi dengan diri sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri (Mulyana, 2007:80).
- b. Komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antar orang lain dengan orang lain yang seorang diri juga secara pribadi. Komunikasi antar personal merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang lain dengan efek dan umpan balik langsung (Liliweri, 1991:72).

2. Komunikasi kelompok (*group communication*). Onong Uchjana Effendy mengartikan komunikasi kelompok adalah komunikasi antar seseorang dengan sejumlah orang yang berkumpul bersama-sama dalam bentuk kelompok. Komunikasi kelompok termasuk komunikasi termasuk termasuk komunikasi tatap muka muka, karena komunikator dan komunikan berada dalam situasi saling berhadapan dan saling melihat. Komunikasi kelompok menimbulkan arus balik langsung. Komunikator mengetahui tanggapan komunikan pada saat sedang berkomunikasi sehingga apabila disadari bahwa komunikasinya kurang atau tidak berhasil, ia dapat segera mengubah gayanya (Effendy, 2003: 55).

2.1.3. Fungsi Komunikasi

Melewati kehidupan sehari-hari setiap orang harus berinteraksi melalui komunikasi, komunikasi berfungsi sebagai penyampai pesan dari seseorang kepada orang lain menggunakan lambang sebagai media. Menurut Effendi (dalam Cangara 2017: 42) ada empat fungsi utama komunikasi yaitu:

1. *To inform* (menginformasikan). Yakni memberikan informasi kepada orang lain tentang suatu peristiwa, masalah, pendapat, pikiran, segala tingkah laku orang lain dan apa yang disampaikan orang lain.
2. *To educate* (mendidik). Yakni sebagai sarana pendidikan. Karena melalui komunikasi, manusia dalam suatu lingkungan masyarakat dapat menyampaikan segala bentuk pengetahuan, ide, gagasan kepada orang lain

sehingga orang lain dapat menerima segala bentuk informasi yang kita berikan.

3. *To entertain* (menghibur). Komunikasi juga berfungsi untuk menghibur orang lain dan menyenangkan hati orang lain.
4. *To influence* (mempengaruhi). Selain sebagai sarana untuk menyampaikan pendidikan, informasi dan sebagai sarana dalam menghibur orang lain, komunikasi juga berfungsi untuk memberikan pengaruh kepada orang lain. Saling mempengaruhi segala bentuk sikap dan perilaku orang lain agar mengikuti apa yang diharapkan.

2.1.4. Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Liliweri (2014: 373-374) ada dua fungsi komunikasi organisasi, yaitu organisasi yakni fungsi umum dan fungsi khusus.

1. Fungsi Umum

- a. Komunikasi berfungsi untuk menceritakan informasi terkini mengenai sebagai atau keseluruhan hal yang berkaitannya dngan pekerjaan. terkadang komunikasimerupakan proses pemberian informasi mengenai bagaimana seorang atau sekelompok orang harus mengerjakan satu tugas tertentu. Contohnya: *job description*.
- b. Komunikasi berfungsi untuk “menjual” gagasan dan ide, pendapat, fakta, termasuk menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu

yang merupakan subyek layanan. Contohnya: *public relations* (humas), pameran, ekspo, dan lain lain.

- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para anggota agar mereka bisa belajar dari orang lain (*internal*), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain, tentang apa, yang dijual atau yang diceritakan oleh orang lain tentang organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan, atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, besaran kekuasaan dan kewenangan, menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya, serta mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi.

2. Fungsi khusus

- a. Membuat para anggota melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi, lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu dibawah sebuah komando.
- b. Membuat para anggota organisasi menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produk organisasi.
- c. Membuat para anggota memiliki kemampuan untuk menangani atau mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

Menurut Charles Conrad yang dikutip oleh Alo Liliweri dalam bukunya sosiologi & komunikasi organisasi menyatakan bahwa ada dua fungsi makro komunikasi organisasi, yaitu fungsi komando dan fungsi relasi bermuara pada fungsi komunikasi yang mendukung organisasi dalam pengambilan keputusan, terutama ketika organisasi menghadapi situasi yang tidak menentu.

2.1.5. Hambatan Komunikasi

Saat berkomunikasi, maka akan dijumpai beberapa hambatan yang menyebabkan komunikasi tidak berjalan dengan baik. Cangara (2004: 131) menerangkan terdapat 7 hambatan komunikasi. Hambatan-hambatan tersebut adalah hambatan teknis, hambatan semantik, hambatan psikologis, hambatan fisik atau organik, hambatan status, hambatan kerangka pikir, dan hambatan budaya.

1. Hambatan teknis

Hambatan teknis adalah hambatan yang berasal dari hal-hal bersifat teknis seperti jaringan telepon yang terputus, matinya jaringan internet dan sebagainya.

2. Hambatan semantik

Hambatan semantik merupakan hambatan yang disebabkan oleh penggunaan bahasa yang salah saat berkomunikasi seperti penggunaan bahasa asing yang sulit dipahami.

3. Hambatan psikologis

Hambatan psikologis adalah hambatan yang terjadi akibat persoalan dalam diri. Contohnya seperti rasa cemas, sedih, senang, atau kondisi kejiwaan yang terganggu.

4. Hambatan fisik atau organik

Hambatan fisik atau organik adalah hambatan yang terjadi karena letak geografis seperti jarak tempuh yang jauh sehingga komunikasi yang sulit dilakukan.

5. Hambatan status

Hambatan status merupakan hambatan yang terjadi karena perbedaan status sosial serta senioritas.

6. Hambatan pikir

Hambatan berpikir merupakan hambatan yang terjadi karena perbedaan pola pikir antar individu. Perbedaan pola pikir ini bisa disebabkan adanya pengalaman serta latar belakang pendidikan yang berlainan.

7. Hambatan budaya

Hambatan budaya merupakan hambatan yang disebabkan oleh perbedaan norma, kebiasaan serta nilai-nilai yang dianut individu.

2.1.6. Komunikasi Transaksional

Model komunikasi transaksional dikembangkan oleh Barnlund pada tahun 1970. Model ini menggarisbawahi pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus-menerus dalam sebuah episode komunikasi. Komunikasi

bersifat transaksional adalah proses kooperatif. pengirim dan penerima sama-sama bertanggungjawab terhadap dampak dan efektivitas komunikasi yang terjadi. Model transaksional berasumsi bahwa saat kita terus-menerus mengirimkan dan menerima pesan, kita berurusan baik dengan elemen verbal dan nonverbal. Dengan kata lain, peserta komunikasi (komunikator) melakukan proses negosiasi makna. Komunikasi transaksional menurut Barlund (West, 2009: 14) menggarisbawahi pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus menerus dalam sebuah episode komunikasi. Komunikasi bersifat transaksional berarti mengatakan bahwa proses tersebut kooperatif, pengirim dan penerima sama-sama bertanggung jawab terhadap dampak dan efektivitas komunikasi yang terjadi.

Menurut model komunikasi ini, menjalin komunikasi haruslah dengan membangun kesamaan antara komunikan dan komunikator dengan memperhatikan pengalaman yang sama. Dimana pengalaman tersebut melihat kejadian masa lalunya. Apabila memiliki pengalaman yang sama maka akan terjadi komunikasi yang lancar. Akan tetapi, teori Barlund tidak menggambarkan adanya komunikator maupun komunikan. Sebab, masing-masing orang yang berkomunikasi saling berpartisipasi aktif sebagai pengirim pesan, penerima pesan. Model komunikasi transaksional berarti bahwa proses komunikasi tersebut kooperatif, baik pengirim maupun penerima sama-sama bertanggungjawab terhadap dampak dan efektivitas komunikasi yang terjadi.

2.1.7. Komunikasi Interaksional

Model interaksional dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1954 yang menekankan pada proses komunikasi dua arah di antara para komunikator. Dengan kata lain, komunikasi berlangsung dua arah: dari pengirim dan kepada penerima dan dari penerima kepada pengirim. Proses melingkar ini menunjukkan bahwa komunikasi selalu berlangsung. Para peserta komunikasi menurut model interaksional adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain (*role-taking*). Patut dicatat bahwa model ini menempatkan sumber dan penerima mempunyai kedudukan yang sederajat. Satu elemen yang penting bagi model interkasional adalah umpan balik (*feedback*), atau tanggapan terhadap suatu pesan.

Komunikasi interaksional dinyatakan Wilbur Schram (West, 2009: 13) sebagai hubungan antara seorang pemimpin dan penerima yang menekankan komunikasi dua arah antara para komunikator. Artinya, komunikasi berlangsung dua arah, dari pengirim kepada penerima dan dari penerima kepada pengirim. Proses melingkar ini menunjukkan bahwa komunikasi selalu berlangsung. Dalam model komunikasi interaksional, elemen pentingnya adalah efek atau umpan balik. Umpan balik sendiri dapat berupa verbal dan nonverbal. Sehingga, tergantung dari komunikan tersebut menanggapi pesan yang diberikan oleh komunikator. Dengan, adanya umpan balik membantu komunikator untuk mengetahui apakah pesan yang disampaikan diterima dengan baik atau buruk.

Lalu, sebagai alat ukur untuk bagaimana komunikasi memahami pesan yang disampaikan. Apabila, komunikasi tidak memberikan respon atau diam maka itu dapat menjadi dua arti yaitu, komunikasi tidak mengerti atau paham. Akan tetapi, jika komunikasi memberikan respon seperti berupa tanggapan ataupun pertanyaan maka komunikasi tersebut mengerti dan mencoba untuk memahami pesan yang disampaikan oleh komunikasi. Elemen terakhir dalam model interaksional adalah bidang pengalaman (*field of experience*) seseorang atau bagaimana budaya, pengalaman dan keturunan seseorang memengaruhi kemampuannya untuk berkomunikasi dengan satu sama lain. Setiap orang membawa bidang pengalaman yang unik dalam tiap episode komunikasinya, dan pengalaman-pengalaman tersebut sering kali mempengaruhi komunikasi yang terjadi.

2.2. Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos*, yang berarti militer. Strategi juga dapat diartikan sebagai seni berperang. Pada mulanya strategi hanya digunakan dalam dunia militer yaitu untuk memenangkan suatu peperangan. Suatu strategi mempunyai dasar-dasar atau skema untuk mencapai suatu sasaran yang dituju (Komarudin, 1994: 539). Sementara dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan strategi adalah ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa-bangsa untuk melakukan kebijakan tertentu diperang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (KBBI, 2005: 109).

Secara umum kata strategi mengandung makna rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Tarigan, 1993: 2). Strategi telah didefinisikan oleh beberapa ahli sebagai berikut:

1. Syarif Usman (1993: 6) dalam bukunya strategi pembangunan indonesia dan pembangunan dalam Islam, mengatakan strategi sebagai kebijakan menggerakkan dan membimbing seluruh potensi bangsa untuk mencapai tujuan, yaitu kemakmuran dan kebahagiaan.
2. Richard Vancil (Nisjar, 1997: 95) merumuskan konsep strategi sebagai sebuah organisasi, atau subunit sebuah organisasi lebih besar yaitu sebuah konseptualisasi yang dinyatakan atau yang diimplementasikan oleh pemimpin organisasi yang bersangkutan.
3. Clausewitz (Howart, 1991: 56) dalam buku mahaguru strategi perang modern, membedakan antara taktik dan strategi, taktik menurutnya adalah doktrin penggunaa kekuatan bersenjata dalam pertempuran individu untuk mencapai tujuan perang,
4. Sule mendefenisikan *strategy is a comprehensive plan for accomplishing an organization goals* yang artinya strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi (Sule, 2009: 132).

Istilah strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan *management* untuk mencapai suatu tujuan. Tapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah

saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana teknik (cara) operasionalnya., supaya mendapat hasil dakwah yang mencapai target dalam berdakwah.

Strategi komunikasi sebagai suatu proses adalah suatu cara yang sistematis untuk menjalankan suatu pekerjaan dalam strategi komunikasi terkandung suatu aktivitas yang tertentu saling berkaitan untuk mencapai hasil tertentu yang diinginkan. Strategi terdiri atas aktivitas yang dilakukan oleh seorang komunikator untuk berpikir ke depan dengan mengambil keputusan saat ini, yang memungkinkan untuk mendahului serta menghadapi tantangan pada masa yang akan datang (Siswanto, 2005:45).

Rogers (Cangara, 2013: 61) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Menurut seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (Cangara 2013: 61) juga membuat definisi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Newman (Pito, 2006: 211-212). menyebut ada empat macam bentuk strategi, yakni:

1. Strategi Penguatan

Strategi ini dapat digunakan untuk sebuah kontestan yang telah dipilih karena mempunyai citra tertentu dan citra tersebut dibuktikan oleh kinerja politik selama mengemban jabatan publik tertentu.

2. Strategi Rasionalisasi

Merupakan strategi yang dilakukan kepada kelompok pemilih yang sebelumnya telah memilih kontestan tertentu karena kontestan tersebut berhasil mengembangkan citra tertentu yang disukai pemilih akan tetapi kinerjanya kemudian tidak sesuai dengan citra tersebut.

3. Strategi Bujukan

Strategi ini dapat diterapkan oleh organisasi yang mempersepsikan memiliki citra tertentu tapi juga memiliki kinerja yang cocok dengan citra lainnya.

4. Strategi Konfrontasi

Strategi ini diterapkan kepada para pemilih yang telah memilih kontestan dengan citra tertentu yang dianggap tidak cocok oleh pemilih yang kemudian kontestan tersebut tidak menghasilkan kinerja yang memuaskan pemilih.

Strategi komunikasi memungkinkan suatu tindakan komunikasi dilakukan untuk target-target komunikasi yang dirancang sebagai target perubahan. Bahwa didalam strategi komunikasi pemasaran, target utamanya adalah pertama, bagaimana membuat orang sadar bahwa dia memerlukan suatu produk, jasa atau

nilai dan apabila perhatian sudah terbangun, maka target terpentingnya adalah agar orang loyal untuk membeli produk, jasa atau nilai itu (Bungin, 2015: 62).

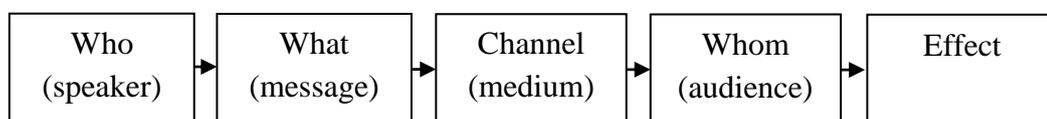
Menjalankan strategi komunikasi maka seluruh proses komunikasi harus dipahami sebagai proses mentransformasikan pesan di antara kedua belah pihak. Kedua pihak memiliki kepentingan didalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu dengan yang lainnya, oleh karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat di dalam proses komunikasi (Bungin, 2015: 62).

Menurut **Onong Uchjana Effendy** (1984: 35) inti strategi adalah perencanaan atau *planning* dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional. Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif. Sementara itu, menurut Mohr dan Nevin mendefinisikan sebuah strategi komunikasi sebagai penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi dimana termasuk di dalamnya frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, saluran komunikasi (Kulvisaechana, 2001: 17-18).

Strategi komunikasi perlu mempertimbangkan berbagai komponen dalam komunikasi karena komponen-komponen itulah yang mendukung jalannya proses

komunikasi yang sangat rumit. Selain komponen-komponen komunikasi, hal lain yang juga harus menjadi bahan pertimbangan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi serta hambatan-hambatan komunikasi. Strategi sebagai perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana titik operasinya. Dengan demikian strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi tersebut harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approch*) bisa berbeda tergantung pada situasi dan kondisi.

Merujuk pada salah satu teori komunikasi, maka strategi komunikasi yang paling mudah diingat adalah teori milik Harold Lasswell (Effendy, 2005: 32) yang menyatakan *who say what in which channel to whom with what effect* (siapa mengatakan apa dengan cara apa kepada siapa dengan efek apa). Teori Harold Lasswell, dapat dimodelkan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Model Komunikasi Lasswell (Stewart, 2013: 43)

Melihat teori milik Harold Lasswell, maka diketahui bahwa, komunikasi dimulai akan terjadi jika ada komunikator (*who*), pesan (*message*) yang akan disampaikan, media (*medium*) yang digunakan, komunikan (*audience*) sebagai target penerima pesan dan dapat menimbulkan pengaruh (*effect*) baik terhadap perubahan sikap maupun perilaku.

Adapun tahapan-tahapan strategi secara garis besar strategi mempunyai 3 tahapan besar yaitu (David, 2002:30) :

- a. **Rumusan Strategi.** Merumuskan strategi adalah langkah pertama yang harus dilakukan termasuk disalamnya mengembangkan tujuan, mengenali peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk menentukan, memperluas, menghindari atau melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.
- b. **Evaluasi Strategi.** Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya. Evaluasi menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah tercapai. Untuk mengevaluasi strategi, ada tiga macam kegiatan mendasar yang harus diketahui diantaranya : (a) meninjau factor-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar strategi. Adanya perubahan yang ada akan menjadi suatu perubahan dalam pencapaian tujuan, begitu juga dengan

faktor internal yang diantaranya strategi tidak efektif atau hasil implementasi buruk dapat berakibat buruk pula bagi hasil yang akan dicapai, (b) mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan). Prosesnya dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individual, dan menyimak kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian sasaran yang dinyatakan. Criteria yang dinamakan hasil lebih penting dari pada criteria yang mengungkapkan apa yang terjadi karena criteria untuk mengevaluasi strategi harus dapat diukur dan mudah dibuktikan, (c) mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam hal ini tidak harus berarti bahwa strategi yang ada ditinggalkan atau harus merumuskan strategi yang baru. Tindakan korektik diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang dibayangkan semula atau pencapaian yang diharapkan.

- c. **Implementasi Strategi.** Dalam implementasi strategisangat dibutuhkan komitmen dan kerja sama dari seluruh unit, tingkat, dan anggota organisasi. Tanpa adanya komitmen dan kerja sama dalam melaksanakan strategi, maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang akan ditampilkan melalui penerapan struktur organisasi dan mekanisme

kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan dan organisasi.

Tujuan strategi adalah untuk mempertahankan atau mencapai suatu posisi keunggulan dibandingkan dengan pihak pesaing. Organisasi yang bersangkutan masih dapat mencapai keberhasilan dan keunggulan apabila ia dapat memanfaatkan peluang-peluang di dalam lingkungan, yang memungkinkan untuk menarik keuntungan-keuntungan dari bidang kekuatannya.

Pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak sasaran atau komunikate dalam strategi komunikasi pastinya memiliki tujuan tertentu. Tujuan inilah yang menentukan teknik komunikasi yang akan dipilih dan digunakan dalam strategi komunikasi. Dalam strategi komunikasi, perumusan pesan yang baik dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi khalayak sangatlah penting. Pesan yang dirumuskan oleh komunikator hendaknya tepat mengenai khalayak sasaran. Menurut Soeganda Priyatna (2004), terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi agar pesan yang disampaikan dapat mengena kepada khalayak sasaran yaitu :

1. **Umum.** Pesan disampaikan adalah pesan yang bersifat umum dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran
2. **Jelas.** Pesan yang disampaikan harus jelas dan tidak menimbulkan salah penafsiran
3. **Bahasa jelas.** Bahasa yang digunakan dalam proses penyampaian pesan hendaknya menggunakan bahasa yang jelas dan sesuai dengan

khalayak sasaran serta tidak menggunakan istilah-istilah yang tidak dimengerti oleh khalayak sasaran. Pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran dilakukan dengan cara-cara yang positif sehingga mendatangkan rasa simpati dari khalayak sasaran

4. **Seimbang.** Pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran disampaikan dengan seimbang, tidak melulu mengungkapkan sisi positif namun juga sisi negative agar khalayak sasaran dapat menerimanya dengan baik
5. **Sesuai.** Pesan yang disampaikan hendaknya disesuaikan dengan keinginan khalayak sasaran

Melakukan identifikasi khalayak sasaran menjadi hal penting yang harus dilakukan oleh komunikator dalam sebuah strategi. Identifikasi khalayak sasaran disesuaikan dengan tujuan komunikasi. Terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan ketika melakukan identifikasi khalayak sasaran, yaitu :

- a. **Kerangka pengetahuan** atau *frame of reference*. Pesan-pesan komunikasi yang akan disampaikan dalam strategi komunikasi kepada komunikate atau khalayak sasaran hendaknya disesuaikan dengan kerangka pengetahuan khalayak agar pesan dapat dengan mudah diterima serta dipahami oleh khalayak sasaran.
- b. **Situasi dan kondisi.** Yang dimaksud dengan situasi adalah situasi komunikasi ketika khalayak sasaran menerima pesan-pesan komunikasi. Sedangkan yang dimaksud dengan kondisi adalah keadaan

fisik psikologis khalayak sasaran. Pesan komunikasi yang disampaikan kepada khalayak sasaran hendaknya mempertimbangkan situasi dan kondisi khalayak sasaran agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif.

- c. **Cakupan pengalaman atau *field of experience*.** Pesan-pesan komunikasi yang akan disampaikan dalam strategi komunikasi kepada komunikan atau khalayak sasaran juga hendaknya disesuaikan dengan cakupan pengalaman khalayak sasaran agar pesan dapat dengan mudah diterima serta dipahami oleh khalayak sasaran.

Secara garis besar, terdapat 4 (empat) tahapan dalam proses strategi komunikasi yaitu analisa situasi, mengembangkan tujuan serta strategi komunikasi, mengimplementasikan strategi komunikasi, dan mengukur hasil usaha yang telah dilakukan. Perlu dipahami bahwa strategi komunikasi yang diterapkan dalam berbagai konteks komunikasi mungkin tidak sama namun secara garis besar memiliki alur yang sama.

- a. Analisis situasi yaitu menggunakan penelitian untuk melakukan analisis situasi yang secara akurat dapat mengidentifikasi berbagai permasalahan serta peluang yang dimiliki.
- b. Mengembangkan rencana tindakan strategis yang ditujukan kepada berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya. Hal ini mencakup tujuan umum, tujuan yang dapat diukur, identifikasi khalayak sasaran dengan jelas, target strategi, serta taktik yang efektif.

- c. Menjalankan perencanaan dengan alat-alat komunikasi dan tugas yang memberikan kontribusi untuk mencapai tujuan.

2.3. Pemberdayaan Masyarakat

Permendagri RI Nomor 7 Tahun 2007 (Pasal 1, ayat 8) tentang Kader Pemberdayaan Masyarakat, dinyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah suatu strategi yang digunakan dalam pembangunan masyarakat sebagai upaya untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara (Cholisin, 2011).

Pengembangan masyarakat seharusnya berfokus pada usaha pemberdayaan masyarakat pada suatu komunitas sehingga mereka memiliki kemampuan dan kesetaraan dengan stakeholder lain. Pemberdayaan masyarakat bisa diartikan menjadikan masyarakat sebagai subjek pembangunan yang selaras dengan konsep *people centered development*. Pemberdayaan ini bisa terjadi pada tingkatan individu, keluarga, kelompok sosial maupun komunitas. Tanpa adanya pemberdayaan, masyarakat kelas bawah atau kelompok yang lemah akan terus tersisihkan dan tertindas tanpa tahu kapan dan bagaimana mereka bisa keluar dari kondisi mereka yang memprihatinkan.

Empowerment yang dalam bahasa Indonesia berarti pemberdayaan, adalah sebuah konsep yang lahir sebagai bagian dari perkembangan alam pikiran masyarakat kebudayaan Barat, utamanya Eropa. Memahami konsep *empowerment* secara tepat harus memahami latar belakang kontekstual yang melahirkannya.

Konsep *empowerment* mulai nampak sekitar dekade 70-an dan terus berkembang hingga 1990-an. (Teguh, 2004: 78-79).

Perlu upaya mengakulturasikan konsep pemberdayaan tersebut sesuai dengan alam pikiran dan kebudayaan Indonesia. Perkembangan alam pikiran masyarakat dan kebudayaan Barat diawali dengan proses penghilangan harkat dan martabat manusia (dehumanisasi). Proses penghilangan harkat dan martabat manusia ini salah satunya banyak dipengaruhi oleh kemajuan ekonomi dan teknologi yang nantinya dipakai sebagai basis dasar dari kekuasaan (*power*).

Power adalah kemampuan untuk mendapatkan atau mewujudkan tujuan. Bachrach dan Baratz (1970) membuktikan bahwa *power* adalah konsep rasional (*rational concept*). Dalam pandangan mereka, *power* yang dilakukan A hanya dilakukan dalam hubungan individu atau kelompok B untuk memenuhi kebutuhan. Pemenuhan kebutuhan yang diberikan oleh B yang rela melakukan pilihan atas sanksi yang ada atau akan kehilangan sesuatu yang lebih tinggi (kekuasaan atau uang). Ironinya, kekuasaan itu kemudian membuat bangunan-bangunan yang cenderung manipulatif, termasuk sistem pengetahuan, politik, hukum, ideologi dan religi. Akibat dari proses ini, manusia yang berkuasa menghadapi manusia yang dikuasai. Dari sinilah muncul keinginan untuk membangun masyarakat yang lebih manusiawi dan menghasilkan sistem alternatif yang menemukan proses pemberdayaan. Sistem alternatif memerlukan proses *empowerment of the powerless*. Namun *empowerment* hanya akan mempunyai arti kalau proses pemberdayaan menjadi bagian dan fungsi dari kebudayaan, yaitu

aktualisasi dan koaktualisasi eksistensi manusia dan bukan sebaliknya menjadi hal yang destruktif bagi proses aktualisasi dan koaktualisasi eksistensi manusia.

Robinson (1994) menjelaskan bahwa pemberdayaan adalah suatu proses pribadi dan sosial; suatu pembebasan kemampuan pribadi, kompetensi, kreatifitas dan kebebasan bertindak. Ife (1995) mengemukakan bahwa pemberdayaan mengacu pada kata *empowerment*, yang berarti memberi daya, memberi *power* (kuasa), kekuatan, kepada pihak yang kurang berdaya. Segala potensi yang dimiliki oleh pihak yang kurang berdaya itu ditumbuhkan, diaktifkan, dikembangkan sehingga mereka memiliki kekuatan untuk membangun dirinya. Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan masyarakat menekankan kemandirian masyarakat itu sebagai suatu sistem yang mampu mengorganisir dirinya..

Dalam pemberdayaan masyarakat, dituntut pula partisipasi masyarakat dalam keseluruhan proses pembangunan mulai perencanaan sampai implementasi di lingkungan mereka tinggal. Keterlibatan masyarakat baik secara fisik, material, maupun finansial diharapkan akan meningkatkan rasa kebersamaan dan rasa memiliki proses dan hasil pembangunan yang dilakukan pada masyarakat tersebut.

Konsep pemberdayaan (*empowerment*) mulai tampak ke permukaan sekitar decade 1970-an, dan terus berkembang sepanjang decade 1980-an hingga 1990-an (akhir abad ke-20). Konsep pemberdayaan dapat dipandang sebagai bagian atau sejiwa sedarah dengan aliran-aliran yang muncul pada paruh abad ke-

20 yang lebih dikenal sebagai aliran post-modernisme. Aliran ini menitik beratkan pada sikap dan pendapat yang berorientasi jargon-jargon antisistem, antistruktur, dan antideterminisme yang diaplikasikan pada kekuasaan. Munculnya konsep pemberdayaan merupakan akibat dari dan reaksi terhadap alam pikiran tata masyarakat dan tata budaya sebelumnya yang berkembang di suatu Negara (Pranarka, 1996).

Berdasarkan penelitian kepustakaan, proses pemberdayaan mengandung dua kecenderungan. Pertama, proses pemberdayaan yang menekankan kepada proses yang memberikan atau mengalihkan sebagian kekuasaan, kekuatan atau kemampuan kepada masyarakat agar individu menjadi lebih berdaya. Proses ini dapat dilengkapi pula dengan upaya membangun asset material guna mendukung pembangunan kemandirian mereka melalui organisasi (Oakley, 1984).

Kecenderungan tersebut dapat disebut kecenderungan primer dari makna pemberdayaan. Sedangkan kecenderungan kedua atau kecenderungan sekunder menekankan pada proses menstimulasi, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidupnya melalui proses dialog.

Menurut Suryodiningrat dan Gunawan pendekatan utama dalam konsep pemberdayaan adalah bahwa masyarakat tidak dijadikan objek dari berbagai proyek pembangunan, tetapi merupakan subjek dari upaya pembangunan sendiri. Berdasarkan konsep demikian, maka pemberdayaan masyarakat harus mengikuti pendekatan sebagai berikut:

Pertama, upaya itu harus terarah, ini yang secara populer disebut pemihakan. Kedua, program ini harus langsung mengikutsertakan atau bahkan dilaksanakan oleh masyarakat yang menjadi sasaran. *Ketiga*, menggunakan pendekatan kelompok, karena secara sendiri-sendiri masyarakat miskin sulit dapat memecahkan masalah-masalah yang dihadapinya (Sumodiningrat, 1999: 54).

Carlzon dan Macauley sebagaimana dikutip oleh Wasistiono mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan pemberdayaan adalah sebagai berikut: membebaskan seseorang dari yang kaku, dan member orang kebebasan untuk bertanggung jawab terhadap ide-idenya, keputusan-keputusannya dan tindakan-tindakannya (Riza, 2006: 14).

Pemberdayaan adalah langkah atau proses mengupayakan unsur-unsur keberdayaan dalam masyarakat sehingga mereka mampu meningkatkan harkat dan martabat dan keluar dari sebuah ketergantungan yang mengkondisikan mereka dalam perangkap kemiskinan dan keterbelakangan, atau dengan istilah lain memandirikan masyarakat (Anwar, 2007: 1).

Carver dan Clatter Back mendefinisikan pemberdayaan sebagai upaya memberi keberanian dan kesempatan pada individu untuk mengambil tanggung jawab perorangan guna meningkatkan dan memberikan kontribusi pada tujuan organisasi. Sementara Shardlow mengatakan pada intinya pemberdayaan membahas bagaimana individu, kelompok ataupun komunitas berusahamengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka. (Riza, 2006: 17).

Konsep pemberdayaan sendiri sebenarnya berupa partisipasi. Dimana masyarakat dilibatkan dalam proses pembangunan dan hak untuk menikmati hasil pembangunan tersebut.

Tujuan dari pemberdayaan ini adalah untuk memberi kontribusi bagi kemandirian masyarakat yang dicita-citakan, dengan memberi wawasan yang cukup, keterampilan yang memadai sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat itu sendiri. Wawasan dan keterampilan tersebut diperoleh dari proses belajar. Adapun tahapan dari pemberdayaan (Sulistiyani, 2004: 83) adalah sebagai berikut:

1. Tahap kesadaran dan tahap pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan kapasitas diri.
2. Tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pembangunan.
3. Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian.

2.3.1. Konsep Pemberdayaan

Menurut Jim Ife, konsep pemberdayaan memiliki hubungan erat dua konsep pokok yakni: konsep *power* (daya) dan konsep *disadvantaged* (ketimpangan). Upaya pemberdayaan masyarakat perlu didasari pemahaman bahwa munculnya ketidakberdayaan masyarakat akibat masyarakat tidak memiliki kekuatan (*powerless*). Jim Ife mengidentifikasi beberapa jenis kekuatan yang

dimiliki masyarakat yang dapat digunakan untuk memberdayakan mereka (Ife, 2000: 27) diantaranya :

- a. kekuatan atas pilihan pribadi. Upaya pemberdayaan dilakukan dengan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menentukan pilihan pribadi atau kesempatan untuk lebih baik.
- b. kekuatan dalam menentukan kebutuhannya sendiri dengan mendampingi mereka untuk merumuskan kebutuhannya sendiri,
- c. kekuatan dalam kebebasan berekspresi dengan mengembangkan kapasitas mereka untuk bebas berekspresi dalam bentuk budaya politik,
- d. kekuatan kelembagaan dengan meningkatkan aksesibilitas terhadap kelembagaan pendidikan, kesehatan, keluarga, keagamaan, sistem kesejahteraan sosial, struktur pemerintah, media dan sebagainya,
- e. kekuatan sumber daya ekonomi dengan meningkatkan aksesibilitas dan control terhadap aktivitas ekonomi,
- f. kekuatan dalam kebebasan reproduksi dengan memberikan kebebasan kepada masyarakat dalam menentukan proses reproduksi.

Jika masyarakat sudah mampu mandiri dalam berpikir, bersikap dan mengambil tindakan serta sudah mampu berorientasi jangka panjang, makro dan substansial berarti mereka sudah berada dalam tahap terberdayakan. Konsep pemberdayaan masyarakat jika ditelaah sebenarnya berangkat dari pandangan yang menempatkan manusia sebagai subjek dari dunianya sendiri. Pola dasar gerakan pemberdayaan ini mengamanatkan kepada perlunya power dan

menekankan keberpihakan kepada kelompok yang tak berdaya. Pemberdayaan bersifat holistik berarti ia mencakup semua aspek. Untuk itu, setiap sumber daya lokal patut diketahui dan didayagunakan. Hal ini untuk menghindarkan masyarakat dari sikap ketergantungan kepada segala sesuatu (Soetomo, 2006: 76-77).

Upaya pemberdayaan, seperti yang dikatakan Kartasmita harus dilakukan melalui tiga arah.

- Menciptakan suasana iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Artinya setiap manusia atau setiap masyarakat telah memiliki potensi, sehingga pada saat langkah pemberdayaan diupayakan agar mendorong dan membangkitkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengembangkan potensi-potensi yang telah dimiliki.
- Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*). Artinya langkah pemberdayaan diupayakan melalui aksi-aksi nyata seperti pendidikan, pelatihan, peningkatan kesehatan, pemberian modal, informasi, lapangan kerja, pasar serta sarana prasarana lainnya.
- Melindungi masyarakat (*protection*). Hal ini berarti dalam pemberdayaan masyarakat perlu diupayakan langkah-langkah yang mencegah persaingan secara tidak seimbang serta praktek eksploitasi yang kuat terhadap yang lemah, melalui keberpihakan atau adanya

aturan atau kesepakatan yang jelas dan tegas untuk melindungi golongan yang lemah (Zubaedi, 2014: 79).

Pengembangan masyarakat (sumber daya manusia) hendaklah mencakup pengembangan *personality* yang kreatif, inovatif, dan berwawasan masa depan, serta memiliki *managerial skill* maupun *technical skill*, berkemampuan memimpin, produktif, beramal sholeh, berkemampuan memelihara dan mengembangkan sistem nilai kemasyarakatan (*universal*) sebagai *rahmatan lil'alamiin* serta memiliki semangat kemandirian *self help spirit eimple living* dan *honesty* (Machendrawati, 2001: 166).

Bertolak dari teori pemberdayaan diatas, penanganan pemberdayaan masyarakat seyogyanya ditangani oleh tim dari berbagai sektor secara bersama-sama mengajak seluruh komponen membentuk komitmen peduli terhadap perubahan. Proses partisipasi meliputi perubahan relasi subjek-objek yang ada antara pemerintah dan institusi lainnya dengan komunitas menjadi relasi yang lebih dialogis (subjek-objek). Proses partisipasi mengubah cara pandang para praktisi pembangunan dengan mentransformasikan kepentingan kelas mereka dan melibatkan komunitas dalam proses partisipasi. Partisipasi merupakan proses yang bertingkat dan membutuhkan komitmen jangka panjang dari berbagai stakeholder untuk mendukung proses tersebut. Diperlukan membangun pemahaman dan kompleksitas relasi kekuasaan dan visi yang lebih dinamis tentang komunitas.

Partisipasi adalah proses aktif, inisiatif diambil oleh warga komunitas sendiri, dibimbing oleh cara berfikir mereka sendiri, dengan menggunakan sarana dan proses dimana mereka dapat menegaskan control secara efektif. Partisipasi tersebut dapat dikategorikan:

1. Warga komunitas dilibatkan dalam tindakan yang telah dipikirkan atau dirancang oleh orang lain dan dikontrol orang lain
2. Partisipasi merupakan proses pembentukan kekuatan untuk keluar dari masalah mereka sendiri. Titik tolak partisipasi adalah memutuskan, bertindak, kemudian mereka merefleksikan tindakan tersebut sebagai subjek yang sadar (Nasdian, 2014).

Adanya partisipasi maka akan terbentuk kerja kolektif yang tentunya membentuk suatu kekuatan baru. Penyatuan potensi-potensi individu yang terpisah di masyarakat ini bisa membentuk potensi yang besar untuk dikembangkan menuju kemandirian suatu komunitas.

Pemberdayaan dan partisipasi merupakan hal yang menjadi pusat perhatian dalam proses pembangunan belakangan ini di berbagai Negara. Kemiskinan yang terus melanda dan menggerus kehidupan umat manusia akibat resesi internasional yang terus bergulir dan proses restrukturisasi, agen nasional-internasional, serta negara-negara setempat menunjukkan perhatian yang sangat besar terhadap strategi partisipasi masyarakat sebagai sarana proses percepatan pembangunan manusia. Oleh sebab itu, perlu penekanan peningkatan tentang

pentingnya pendekatan alternatif berupa pendekatan pembangunan yang diawali oleh proses pemberdayaan masyarakat lokal.

Pemberdayaan masyarakat harus digali berdasarkan potensi yang dimiliki oleh komunitas tersebut. Usaha pemberdayaan bisa dimulai dari dukungan pihak luar dengan memfasilitasi berupa pelatihan, diskusi, pemberian teknologi, bantuan pemasaran, pendampingan usaha dan lain-lain. Jika berhasil dikembangkan potensi tersebut kearah yang produktif dan menghasilkan maka usaha tersebut bisa menciptakan kemandirian untuk komunitas.

Proses pemberdayaan warga masyarakat diharapkan dapat menjadikan masyarakat menjadi lebih berdaya berkekuatan dan berkamampuan. Kaitannya dengan indikator masyarakat berdaya, Sumardjo (1999) menyebutkan ciri-ciri warga masyarakat berdaya yaitu: (1) mampu memahami diri dan potensinya, mampu merencanakan (mengantisipasi kondisi perubahan ke depan), (2) mampu mengarahkan dirinya sendiri, (3) memiliki kekuatan untuk berunding, (4) memiliki *bargaining power* yang memadai dalam melakukan kerjasama yang saling menguntungkan, dan (5) bertanggungjawab atas tindakannya.

Masyarakat (sebagai terjemahan istilah *society*) adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup (atau semi terbuka), dimana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut. Kata "masyarakat" sendiri berakar dari kata dalam bahasa Arab, *musyarak*. Lebih abstraknya, sebuah masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar entitas-entitas. Masyarakat adalah sebuah komunitas

yang interdependen (saling tergantung satu sama lain). Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu sekelompok orang yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur.

Masyarakat sering diorganisasikan berdasarkan cara utamanya dalam bermata pencaharian. Pakar ilmu sosial mengidentifikasi ada: masyarakat pemburu, masyarakat pastoral nomadis, masyarakat bercocoktanam, dan masyarakat agrikultural intensif, yang juga disebut masyarakat peradaban. Sebagian pakar menganggap masyarakat industri dan pasca-industri sebagai kelompok masyarakat yang terpisah dari masyarakat agrikultural tradisional.

Berdasarkan karakteristiknya terdapat beberapa pembagian golongan sosial dalam bermasyarakat, adalah sebagai berikut :

1. Sistem golongan sosial dalam masyarakat pertanian (agraris), didasarkan pada hak dan pola kepemilikan tanah, terbagi menjadi:
 - Golongan atas : para pemilik tanah pertanian dan pekarang untuk rumah tinggal (penduduk inti).
 - Golongan menengah: para pemilik tanah pekarangan dan rumah tapi tidak memiliki tanah pertanian.
 - Golongan bawah : orang yang tidak memiliki rumah atau pekarangan.
2. Sistem golongan sosial pada masyarakat feodal, di dasarkan pada hubungan kekerabatan dengan raja/kepala pemerintahan, terbagi menjadi:

- Golongan atas: kaum kerabat raja atau bangsawan.
 - Golongan menengah: rakyat biasa (kawula).
3. Sistem Golongan Sosial pada Masa Pemerintahan Kolonial, meliputi:
- Golongan Eropa, merupakan lapisan atas, terdiri orang Belanda, Eropa, Jepang .
 - Golongan Timur Asing, merupakan lapisan menengah, terdiri keturunan China dan Arab.
 - Golongan Bumi Putera, merupakan lapisan bawah, terdiri dari pribumi atau bangsa Indonesia asli.
4. Sistem golongan sosial dalam masyarakat industri, meliputi :
- Golongan teratas terdiri para pengusaha besar atau pemilik modal, direktur, komisaris.
 - Golongan menengah atau madya terdiri dari tenaga ahli dan karyawan.
 - Golongan bawah seperti buruh kasar, pekerja setengah terampil, pekerja sektor informal (pembantu).

Sedangkan jenis-jenis masyarakat adalah sebagai berikut :

1. **Masyarakat Transisi.** Masyarakat transisi ialah masyarakat yang mengalami perubahan dari suatu masyarakat ke masyarakat yang lainnya. Misalnya masyarakat pedesaan yang mengalami transisi ke arah kebiasaan kota, yaitu pergeseran tenaga kerja dari pertanian, dan mulai masuk ke sektor industri. Ciri-ciri masyarakat transisi antara lain

- a. Adanya pergeseran dalam bidang, misalnya pekerjaan, seperti pergeseran dari tenaga kerja pertanian ke sektor industri.
- b. Adanya pergeseran pada tingkat pendidikan. Di mana sebelumnya tingkat pendidikan rendah, tetapi menjadi sekarang mempunyai tingkat pendidikan yang meningkat.
- c. Mengalami perubahan ke arah kemajuan.
- d. Masyarakat sudah mulai terbuka dengan perubahan dan kemajuan jaman,
- e. Tingkat mobilitas masyarakat tinggi,
- f. Biasanya terjadi pada masyarakat yang sudah memiliki akses ke kota misalnya jalan raya.

2. **Masyarakat Multikultural.** Masyarakat multikultural adalah suatu masyarakat bersifat majemuk sejauh masyarakat tersebut secara struktural memiliki sub-subkebudayaan yang bersifat *deverse* yang ditandai oleh kurang berkembangnya sistem nilai yang disepakati oleh seluruh anggota masyarakat dan juga sistem nilai dari satu-kesatuan sosial, serta seringnya muncul konflik-konflik sosial. Sedangkan ciri-

Ciri Masyarakat Multikultural

- a. Terjadi segmentasi, yaitu masyarakat yang terbentuk oleh bermacam-macam suku, ras, dan lain-lain tapi masih memiliki pemisah. Yang biasanya pemisah itu adalah suatu konsep yang disebut primordial. Contohnya, di Jakarta terdiri dari berbagai suku

dan ras, baik itu suku dan ras dari daerah dalam negeri maupun luar negeri, dalam kenyataannya mereka memiliki segmen berupa ikatan primordial kedaerahaannya.

- b. Memiliki struktur dalam lembaga yang non komplementer, maksudnya adalah dalam masyarakat majemuk suatu lembaga akan mengalami kesulitan dalam menjalankan atau mengatur masyarakatnya alias karena kurang lengkapnya persatuan yang terpisah oleh segmen-segmen tertentu,
- c. Konsensus rendah, maksudnya adalah dalam kelembagaan pastinya perlu adanya suatu kebijakan dan keputusan. Keputusan berdasarkan kesepakatan bersama itulah yang dimaksud konsensus, berarti dalam suatu masyarakat majemuk sulit sekali dalam pengambilan keputusan.
- d. Relatif potensi ada konflik, dalam suatu masyarakat majemuk pastinya terdiri dari berbagai macam suku adat dan kebiasaan masing-masing. Dalam teorinya semakin banyak perbedaan dalam suatu masyarakat, kemungkinan akan terjadinya konflik itu sangatlah tinggi dan proses peng-integrasiannya juga susah,
- e. Integrasi dapat tumbuh dengan paksaan, seperti yang sudah saya jelaskan di atas, bahwa dalam masyarakat multikultural itu susah sekali terjadi pengintegrasian, maka jalan alternatifnya adalah

dengan cara paksaan, walaupun dengan cara seperti ini integrasi itu tidak bertahan lama,

- f. Adanya dominasi politik terhadap kelompok lain, karena dalam masyarakat multikultural terdapat segmen-segmen yang berakibat pada *ingroup feeling* tinggi maka bila suatu ras atau suku memiliki suatu kekuasaan atas masyarakat itu maka dia akan mengedepankan kepentingan suku atau rasnya.

3. **Masyarakat Modern.** Masyarakat modern adalah masyarakat yang sebagian besar warganya mempunyai orientasi nilai budaya yang terarah ke kehidupan dalam peradaban masa kini. Pada umumnya masyarakat modern tinggal di daerah perkotaan, sehingga disebut masyarakat kota. Namun tidak semua masyarakat kota tidak dapat disebut masyarakat modern, sebab orang kota tidak memiliki orientasi ke masa kini, misalnya gelandangan. Sedangkan ciri-ciri masyarakat modern antara lain :

- a. Hubungan antar manusia terutama didasarkan atas kepentingan-kepentingan pribadi,
- b. Hubungan dengan masyarakat lain dilakukan secara terbuka dengan suasana yang saling mempengaruhi,
- c. Kepercayaan yang kuat akan ilmu pengetahuan teknologi sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat,

- d. Masyarakatnya tergolong ke dalam macam-macam profesi yang dapat dipelajari dan ditingkatkan dalam lembaga pendidikan, keterampilan dan kejuruan,
- e. Tingkat pendidikan formal pada umumnya tinggi dan merata,
- f. Hukum yang berlaku adalah hukum tertulis yang sangat kompleks,
- g. Ekonomi hampir seluruhnya merupakan ekonomi pasar yang didasarkan atas penggunaan uang dan alat-alat pembayaran lain.

4. **Masyarakat Madani.** Masyarakat madani adalah masyarakat yang beradab, menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, yang maju dalam penguasaan ilmu pengetahuan, dan teknologi. Allah SWT memberikan gambaran dari masyarakat madani dengan firman-Nya dalam Q.S. Saba' ayat 15, sesungguhnya bagi kaum Saba' ada tanda (kekuasaan Tuhan) di tempat kediaman mereka yaitu dua buah kebun di sebelah kanan dan di sebelah kiri. (kepada mereka dikatakan): "Makanlah olehmu dari rezki yang (dianugerahkan) Tuhanmu dan bersyukurlah kamu kepada-Nya. (Negerimu) Adalah negeri yang baik dan (Tuhanmu) adalah Tuhan yang Maha Pengampun.

Ada beberapa karakteristik masyarakat madani, diantaranya:

- a. Terintegrasinya individu-individu dan kelompok-kelompok eksklusif ke dalam masyarakat melalui kontrak sosial dan aliansi sosial,

- b. Menyebarnya kekuasaan sehingga kepentingan-kepentingan yang mendominasi dalam masyarakat dapat dikurangi oleh kekuatan-kekuatan alternatif,
- c. Dilengkapinya program-program pembangunan yang didominasi oleh negara dengan program-program pembangunan yang berbasis masyarakat,
- d. Terjembatannya kepentingan-kepentingan individu dan negara karena keanggotaan organisasi-organisasi volunteer mampu memberikan masukan terhadap keputusan-keputusan pemerintah,
- e. Toleran, artinya tidak mencampuri urusan pribadi pihak lain yang telah diberikan oleh Allah sebagai kebebasan manusia dan tidak merasa terganggu oleh aktivitas pihak lain yang berbeda tersebut.

Kiranya dapat dikatakan bahwa masyarakat madani adalah sebuah masyarakat demokratis dimana para anggotanya menyadari akan hak-hak dan kewajibannya dalam menyuarakan pendapat dan mewujudkan kepentingan-kepentingannya, dimana pemerintahannya memberikan peluang yang seluas-luasnya bagi kreatifitas warga negara untuk mewujudkan program-program pembangunan di wilayahnya.

Masyarakat madani dari sisi lain juga bukanlah masyarakat yang sekali jadi, yang hampa udara, *taken for granted*. Masyarakat madani adalah onsep yang cair yang dibentuk dari poses sejarah yang panjang dan perjuangan yang terus menerus. Masyarakat di negara-negara maju yang sudah dapat dikatakan sebagai

masyarakat madani, maka ada beberapa prasyarat yang harus dipenuhi untuk menjadi masyarakat madani, yakni adanya *democratic governance* (pemerintahan demokratis) yang dipilih dan berkuasa secara demokratis dan *democratic civilian* (masyarakat sipil yang sanggup menjunjung nilai-nilai *civil security*; *civil responsibility* dan *civil resilience*).

2.3.2. Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Islam

Pada dasarnya Islam adalah agama pemberdayaan. Dalam pandangan Islam, pemberdayaan harus merupakan gerakan tanpa henti. Hal ini sejalan dengan paradigma Islam sendiri sebagai agama gerakan atau perubahan.

Istilah “pemberdayaan“ adalah terjemahan dari istilah asing *empowerment*. Secara leksikal, pemberdayaan berarti penguatan. Secara teknis istilah pemberdayaan dapat disamakan atau setidaknya diserupakan dengan istilah pengembangan. Bahkan dua istilah ini, dalam batas-batas tertentu bersifat interchangeable atau dapat dipertukarkan (Machendrawati, 2001: 41-42).

Pengertian lain, pemberdayaan atau pengembangan atau tepatnya pengembangan sumber daya manusia adalah upaya memperluas horison pilihan bagi masyarakat. Ini berarti masyarakat diberdayakan untuk melihat dan memilih sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya. Dengan memakai logika ini, dapat dikatakan bahwa masyarakat yang berdaya adalah yang dapat memilih dan mempunyai kesempatan untuk mengadakan pilihan-pilihan (Machendrawati, 2001: 42).

Amrullah Ahmad menyatakan bahwa pengembangan masyarakat dalam Islam adalah sistem tindakan nyata yang menawarkan alternatif model pemecahan masalah ummah dalam bidang sosial, ekonomi, dan lingkungan alam perspektif Islam (Ahmad, 1995: 9). Imam Mansur Burhan mendefinisikan pemberdayaan ummat atau masyarakat sebagai upaya membangkitkan potensi umat Islam ke arah yang lebih baik, baik dalam kehidupan sosial politik maupun ekonomi (Burhan, 1998: 121).

Pengembangan atau pemberdayaan Islam merupakan model empiris pengembangan perilaku individual dan kolektif dalam dimensi amal saleh (karya terbaik), dengan titik tekan pada pemecahan masalah yang dihadapi masyarakat. Sasaran individual yaitu setiap individu muslim dengan orientasi sumber daya manusia. Sasaran komunal adalah kelompok atau komunitas muslim, dengan orientasi pengembangan sistem masyarakat. Dan sasaran institusional adalah organisasi Islam dan pranata sosial kehidupan dengan orientasi pengembangan kualitas dan islamitas kelembagaan (Machendrawati, 2001: 41-42).

Sering dikatakan bahwa pengembangan masyarakat Islam adalah wujud dari dakwah bil Hal. Tokoh Amrullah Ahmad, Nanih Machendrawati, dan Agus Ahmad mendefinisikan bahwa pengembangan masyarakat Islam adalah suatu sistem tindakan nyata yang menawarkan alternatif model pemecahan masalah ummah dalam bidang sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam perspektif Islam. Secara terminologis, pengembangan atau pemberdayaan masyarakat Islam berarti mentransformasikan dan melembagakan semua sesuai ajaran Islam dalam kehidupan

keluarga (usrah), kelompok sosial (jamaah), dan masyarakat (ummah) (Soetomo, 2006: 42).

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan* yang diartikan sebagai mengajak atau menyeru, memanggil, seruan, permohonan dan permintaan. Pada tatanan praktik dakwah harus mengandung dan melibatkan tiga unsur, yaitu: penyampai pesan, informasi yang disampaikan, dan penerima pesan. Namun dakwah mengandung pengertian yang lebih luas dari istilah-istilah tersebut, karena istilah dakwah mengandung makna sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat baik dan mencegah perbuatan mungkar serta memberi kabar gembira dan peringatan bagi manusia (Munir, 2006: 17).

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Syeh Ali Mahfud dalam kitab Hidayatul Mursyidin dalam kitabnya Hidayatul Mursyidin memberikan definisi dakwah yang artinya, mendorong manusia agar memperbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat (Munir, 2006: 7).

Terdapat tiga cara dalam melaksanakan dakwah bil hal yang dapat ditempuh. Pertama, dakwah lewat pembinaan tenaga. Kedua, lewat pengemangan instsitusi. Ketiga, lewat pengembangan infrastruktur. Ketiga cara tersebut bukan alternatif yang harus dipilih, melainkan harus dilaksanakan secara simultan.

Beberapa ahli menyebut cara-cara itu sebagai model pelaksanaan dakwah pembangunan.

Pelaksanaan dakwah tidak hanya mengarah pada urusan akhirat saja, tetapi juga meliputi urusan duniawi. Sebagaimana pelaksanaan dakwah bil hal dalam upaya pemberdayaan masyarakat agar memperoleh kehidupan yang lebih baik dengan memanfaatkan sumber daya yang ada tanpa melakukan eksploitasi dan kerusakan di muka bumi ini. Seperti dalam QS. Al-Qashash ayat 77 yang artinya :

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan” (Al-Qashash: 77).

Proses- proses pemberdayaan tersebut bisa dilakukan melalui beberapa cara dan meliputi beberapa aspek, baik aspek ekonomi, sosial dan budaya. Namun dalam pemberdayaan yang akan dilakukan oleh Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia kepada masyarakat muslim kota Medan lebih difokuskan pada aspek pengembangan pendidikan dan dakwahmelalui kegiatan kursuspranikah bagi calon pengantin di Sumatera Utara, pelatihan pembinaan keluarga sakinah, pengajian rutin bulanan Muslimat, perkemahan Anak Soleh/Soleha (PAS), pembentukan daiyah ke RS/Lapas wanita, kursus jurnalistik bagi remaja, pembentukan Muslimat di Kab/Kota di Sumatera Utara, dan pembentukan Desa Binaan Muslimat (DBM).

2.4. Kerangka Berpikir

Guna memudahkan dalam analisis strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara di Kota Medan maka peneliti membuat kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.2. Kerangka berpikir penelitian strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara (Peneliti, Januari 2020)

2.5. Kategorisasi Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, maka peneliti membuat konsep operasional sebagai berikut:

Tabel 2.1 Kategorisasi penelitian

Strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Indonesia Sumatera Utara	<ul style="list-style-type: none"> - Komunikator - Pesan - Saluran
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Komunikasikan/Sasaran - Efek
Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> - Warga Binaan LP wanita - Tanjung Gusta - Mahasiswa, - Warga

(Sumber: Peneliti, Januari 2020)

2.6. Kajian Penelitian Terdahulu

Peneliti telah melakukan penelusuran untuk melihat kajian-kajian terdahulu yang pernah dilakukan. Selama melakukan penelusuran tersebut tidak menemukan kajian yang sama persis dengan penelitian yang dimaksud. Namun ada ditemukan beberapa hasil penelitian yang menurut peneliti memiliki titik relevansi. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan strategi komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat antara lain :

1. Penelitian Strategi Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia (DDII) Dalam Mengantisipasi Gerakan Pemurtadan di Kaliori. Diteliti oleh Fitri Budi Utami pada tahun 2012. Dimana dalam penelitian tersebut, Dakwah memiliki ruang yang strategis dalam menjelaskan pemahaman agama dalam berbagai dimensi kehidupan umat. Aqidah memiliki dasar yang sangat urgen dalam melakukan ibadah serta panyembahan kepada Allah. Namun tidak sedikit masyarakat yang rela melepaskan aqidahnya demi untuk mendapatkan kesenangan duniawi yang sifatnya sementara. Ini

menjadi tantangan tersendiri bagi dakwah Islam pada saat ini, di mana masyarakat pada lapisan bawah (masyarakat awam) kebutuhan yang semakin mendesak sedangkan penghasilan tidak memungkinkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Bagi mereka bagaimana “melepaskan diri dari himpitan hidup” yang semakin berat. Oleh karenanya banyak yang rela melakukan konversi agama (murtad). Di situlah dakwah Islam berbicara dengan menggunakan strategi. Peneliti mengkaji sejauh mana lembaga dakwah khususnya Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia atau yang biasa disebut Dewan Dakwah mengambil peran dalam menghadapi masalah klasik yang menimpa umat Islam dewasa ini. Khususnya masyarakat Kaliori yang terjadi kemungkinan adanya pendangkalan aqidah oleh sejumlah misionaris. Metode yang penulis gunakan dalam skripsi ini adalah kualitatif yang mana penulis sebagai instrumen kunci dalam pengambilan sampel sumber data kemudian menganalisisnya menggunakan triangulasi data untuk memeriksa keabsahan data. Penulis lebih banyak melakukan pengecekan data di lapangan serta mewawancarai obyek maupun subyek dakwah dalam menganalisis situasi dan kondisi lapangan dakwah. Hasilnya, strategi yang digunakan oleh Dewan Dakwah belum terlalu efektif dalam menanggulangi bahaya pemurtadan atau pendangkalan aqidah. Strategi yang digunakan hanya pada tataran pendekatan secara internal-personal yaitu dengan membangun kualitas individu baik mad'u maupun da'i serta pendekatan eksternal-institution

yaitu pendekatan dalam membangun struktur organisasi serta melakukan kerjasama yang konkrit dengan organisasi-organisasi lainnya. Namun pada pendekatan secara struktural masih perlu ditinjau lagi sebab menurut hemat penulis pendekatan secara struktural jauh lebih efektif yaitu dengan menggunakan kekuasaan pemerintah (Utami, 2012).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ratih Cintya Dewi dengan judul Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Sentra UKM Meer Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Di Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya, dari Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah tahun 2016. Penelitian tersebut mendeskripsikan tentang pendampingan yang dilakukan untuk meningkatkan perekonomian kaum perempuan melalui UKM Meer dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan baik dengan pemilik UKM maupun yang belum mempunyai UKM dengan tujuan untuk mengembangkan UKM yang ada serta membangun jaringan kerja dengan UKM Meer yang merupakan Sentra UKM yang ada di Kecamatan Sukolilo. Penelitian tersebut memiliki relevansi dengan pendampingan yang dilakukan di peneliti di Desa Dompok dalam meningkatkan perekonomian masyarakat petani khususnya kelompok wanita tani Argosari. Penelitian tersebut lebih kepada peningkatan usaha masyarakat pemilik usaha yang sudah pernah ada sebelumnya. Metode penelitiannya

menggunakan pendekatan ABCD sedangkan peneliti ini menggunakan pendekatan PAR (Dewi, 2016).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Melita yaitu tentang Strategi Komunikasi Public Relations PT Angkasa Pura 1 (Persero) Bandara Internasional Juanda Surabaya Dalam Menyosialisasikan Terminal Baru (T2). Metodologi yang digunakan kualitatif. Dengan hasil penelitian sukses dalam menjalankan program strategi yang sudah di tentukan baik itu dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Strategi komunikasi *Public Relations* PT. Angkasa Pura 1 (Persero). Bandara Internasional Juanda Surabaya dalam menyosialisasikan terminal baru (T2) dibuat oleh *Public Relations* dengan bantuan *Communication Officer* (Melita E.Y.H.S Jurnal E Komunikasi tentang Strategi Komunikasi Public Relations PT. Angkasa Pura 1 (Persero) Bandara Internasional Juanda Surabaya Dalam Menyosialisasikan Terminal Baru (T2). Strategi yang dibuat untuk sosialisasi kali ini adalah fokus pada bantuan media massa (koran, radio, televisi dan online) dan media sosial (*Facebook* dan *Twitter*). Tahapan atas strategi yang dilakukan adalah penentuan tujuan pendek dan jangka panjang dilanjutkan dengan perencanaan program komunikasi serta implementasinya diakhiri dengan evaluasi yang digunakan sebagai perbaikan sosialisasi kedepannya. Evaluasi yang dilakukan juga belum maksimal dimana sosialisasi dirasa sudah berjalan efektif, padahal menurut Jefkins evaluasi sebuah strategi komunikasi dapat dilihat secara

kualitatif (tidak bisa diukur secara statistik melainkan melalui pengalaman dan perbandingan nyata, misalnya meningkatnya pengetahuan masyarakat mengenai terminal baru (T2) dan kuantitatif (meningkatnya jumlah pengunjung di terminal baru (T2)). Namun, secara keseluruhan konsep media massa dan *social media* yang dibawa oleh perusahaan berhasil untuk mengedukasi dan menginformasikan melalui pemberitaan terminal baru (T2) meskipun di awal masih ditemui problem seperti komplain, kritik maupun saran (Melita, 2015).

4. Penelitian yang dilakukan oleh M. Dzikril Ami, dengan judul Strategi Komunikasi Dompot Dhuafa Republika Dalam Sosialisasi Zakat. Pada penelitian ini lebih membahas strategi komunikasi pada sosialisasi zakat yang dilakukan Dompot Dhuafa Republika dan menekankan pada target zakat itu sendiri (Amin, 2008).
5. Penelitian yang dilakukan oleh Maya Elekrika Puspitasari pada tahun 2012 dengan judul tesis Analisis strategi komunikasi politik melalui media baru (studi kualitatif komunikasi politik Faisal basri dan Bien Benyamin, calon independen pemilihan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta melalui media sosial). Masalah dalam penelitian ini adalah mengetahui baaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan Faisal-Bien melalui media sosial (Puspitasari, 2012).

Berdasarkan beberapa kajian penelitian terdahulu di atas, maka dapat digambarkan beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini.

Persamaan tesis ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada salah satu variabel yang digunakan dalam membahas pokok permasalahan, yaitu variabel strategi komunikasi.

Kebaruan atau *novelty* tesis ini dari penelitian sebelumnya adalah pada subjek, objek penelitian, waktu dan tempat penelitian, serta jenis komunikasi pada penelitian yang telah dilakukan. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim Kota Medan. Sementara itu, objek penelitian ini adalah Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara. Waktu penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu Februari 2019 hingga Januari 2020 di Kota Medan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangualisasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada *makna* dari pada *generalisasi* (Sugiono, 2009: 1).

Para ahli seperti Prof. Parsudi Suparlan, antropolog dari Universitas Indonesia menyatakan bahwa pendekatan kualitatif sering juga dinamakan sebagai pendekatan humanistik, karena di dalam penelitian ini cara pandang, cara hidup, selera ataupun ungkapan emosi dan kenyataan, sesuai masalah yang diteliti juga termasuk data yang dikumpulkan. Sedangkan menurut John W. Creswell mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai sebuah penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia berdasarkan pada penciptaan gambar holistik yang dibentuk dengan kata-kata, mereportkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar ilmiah (Patilima, 2007: 2).

Menurut *Bogdan dan Taylor* penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Arikunto, 2006: 129). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai

metode yang ada (Moloeng, 2004: 5). Hasil dari penelitian kualitatif juga dapat memunculkan teori atau konsep baru apabila hasil penelitiannya bertentangan dengan teori dan konsep yang sebelumnya dijadikan sebagai kajian dalam penelitian (Rachmat, 2006: 39).

Peneliti melakukan metode wawancara dan observasi dalam penelitian ini, dan juga dokumentasi yang ada. Peneliti menganalisis data yang didapatkan dengan detail, dan menghasilkan uraian tentang ucapan, tulisan atau perilaku yang diamati. Tujuan menggunakan jenis penelitian kualitatif ini adalah agar peneliti dapat menggambarkan realita strategi komunikasi yang dilakukan oleh Muslimat DDII Sumatera Utara dalam pembardayaan masyarakat muslim di kota Medan melalui bidang pendidikan dan dakwah.

Kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti. Data yang pasti adalah data yang sebenarnya yang terjadi sebagaimana adanya, bukan sekedar data yang terlihat, terucap, tetapi data yang mengandung makna dibalik yang terlihat dan terucap tersebut. Pengumpulan data dengan teknik triangulasi adalah pengumpulan data yang menggunakan berbagai sumber dan berbagai teknik pengumpulan data secara simultan, sehingga dapat diperoleh data yang pasti dan akurat (Sugiono, 2009: 2).

3.2. Subjek dan Objek Penelitian

Moeliono (1993: 862) mendeskripsikan bahwa subjek penelitian sebagai orang yang diamati sebagai sasaran penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut maka yang menjadi subjek penelitian adalah Masyarakat Muslim Kota Medan.

Menurut Chaer (2007: 17) objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau teori-teori apa yang digunakan dalam pemecahan masalah. Maka objek penelitian yang diteliti adalah Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia.

3.3. Informan

Berkenaan dengan pencapaian tujuan penelitian kualitatif, maka langkah awal dalam prosedur pemilihan informan yang terpenting adalah bagaimana menentukan informan kunci (*key informan*) atau situasi sosial tertentu yang sarat informasi sesuai dengan fokus penelitian (Bungin, 2003: 53). Informasi kunci sebagai sumber data primer terdiri dari 3 orang yaitu Ketua Umum Muslimat Dewan Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, Prof. Dr.Hj. Arlinda Sari Wahyuni, M.Kes, Sekretaris Umum Muslimat DDII Sumatera Utara, Hj. Amelia Zuliyanti Siregar, MSc,Ph.D, Bendahara Muslimat DDII Sumatera Utara Tri Widyawati, M.Si, Ph.D. Selanjutnya informan pendukung dalam penelitian ini adalah mantan Ketua Muslimat Dewan dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara Ibu Prof. Lusiana Andriani, MA, P.h.D.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Arikunto (2002: 136) berpendapat bahwa metode penelitian adalah berbagai cara yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitiannya. Cara yang dimaksud adalah dengan menggunakan teknik wawancara dan studi

dokumentasi serta observasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka (Afifuddi, 2009: 131). Wawancara dapat dilalukan dengan menggunakan pedoman wawancara atau dengan Tanya jawab secara langsung. Menurut Patton, dalam proses wawancara dengan menggunakan pedoman umum wawancara, interviu dilengkapi dengan pedoman wawancara yang sangat umum, serta mencantumkan isu-isu yang harus diliput tanpa menentukan urutan pertanyaan, bahkan mungkin tidak terbentuk pertanyaan yang eksplisit.

Wawancara juga merupakan pertemuan dua orang bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topic tertentu (Sugiono, 2009:72). Dengan teknik wawancara yang baik tidak hanya akan bisa didapatkan masalah yang nyata, namun juga dapat mengetahui bagaimana sikap dari masing-masing orang yang terlihat di dalamnya. Sebagai salah satu teknik pengumpulan data, wawancara akan banyak membantu terutama untuk mendapatkan data mengenai bagaimana cara masing-masing orang yang diwawancarai berfikir atau mengambil keputusan dalam melaksanakan tugasnya sehari-

hari (Sutabri, 2005:134). Peneliti menggunakan metode wawancara dalam pengumpulan data karena peneliti dapat dengan bebas dan leluasa dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan tanpa terikat suatu susunan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Dalam hal ini tentu saja peneliti mempunyai focus pertanyaan yang perlu dipertanyakan kepada informan (Patilima, 2007:21).

Pada metode wawancara ini peneliti menggunakan jenis wawancara terencana tidak terstruktur. Wawancara terencana tidak terstruktur adalah apabila peneliti sebagai pewawancara menyusun rencana (*schedule*) wawancara yang mantap, tetapi tidak menggunakan format atau urutan yang baku (Yusuf, 2014:337). wawancara percakapan informal (*the informal conversational interview*) menunjuk pada kecenderungan sifat sangat terbuka dan sangat longgar (tidak terstruktur) sehingga wawancara memang benar-benar mirip dengan percakapan. Pertanyaan-pertanyaan mengalir secara spontan seiring dengan berkembangnya konteks dan situasi wawancara, dan segala sesuatunya terasa sangat luwes (*flexible*). Pertanyaan yang dikemukakan oleh peneliti dapat berbeda-beda antara subjek yang satu dengan subjek yang lain (Pawito, 2007:132).

2. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencacatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki Moleong (2002: 204). Di sini pengamatan yang dilakukan adalah non participant

observation, yaitu peneliti tidak ikut secara langsung dalam kegiatan atau proses yang sedang diamati. Dengan observasi ini diharapkan akan dapat mengungkapkan unsur-unsur pemaknaan yang tidak dapat diungkapkan oleh informan. Hal ini dilakukan pengamatan atau pemusatan perhatian terhadap obyek dengan menggunakan seluruh alat indera. Jadi mengobservasi Moleong (2002: 204) dapat dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran dan pengucapan.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu (Sugiono, 2009: 82). Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Peneliti menggunakan dokumentasi sebagai sumber pengumpulan data melalui dokumentasi berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah, cerita, biografi, penuturan, kebijakan dan lain-lain. Dokumentasi berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Metode ini peneliti gunakan untuk menambah data agar lebih konkrit yang peneliti peroleh dari catatan dokumentasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara.

3.5. Teknik Analisa Data

Peneliti melakukan analisis data secara berproses, dan terus mengalir, artinya setiap data yang masuk langsung dikelompokkan, dipilih dan dibangun menjadi tulisan atau laporan. Ada juga yang terlebih dahulu mengumpulkan data sebanyak-banyaknya, kemudian dikelompokkan lalu mulai membangun tulisan

secara lengkap. Kedua cara ini dapat dilakukan tergantung mana yang dianggap lebih mudah dan dapat membantu penulis dalam merangkai laporan (Mukhtar, 2009: 113).

Menurut Bodgan dan Biklen yang dikutip dalam buku Lexy J. Moleong, analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensisteksiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2004:248). Dalam kutipan buku yang sama, dinyatakan bahwa dalam analisa data ada tiga modelnya yaitu:

- (1) Metode perbandingan tetap (*constant comparative method*),
- (2) Metode analisis data menurut Spradley sebagaimana yang ditemukan dalam bukunya *Participant Observation*, dan
- (3) Metode analisis data

Menurut Miles dan Huberman seperti yang mereka kemukakan dalam buku *Qualitative Data Analysis*. Namun perlu diketahui bahwa yang paling banyak digunakan adalah metode perbandingan tetap. Secara proses analisis datanya mencakup reduksi data, kategorisasi data, dan diakhiri dengan menyusun hipotesis kerja. Data yang telah peneliti kumpulkan akan disajikan. Penyajian data yang dimaksudkan adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data ini berbentuk teks naratif, yaitu teks dalam bentuk catatan-catatan hasil

wawancara dengan informan penelitian sebagai informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Data kemudian dianalisis dengan membaca kembali keseluruhan data yang telah ada sambil mereduksi, meringkas dan merangkum dan kemudian peneliti melanjutkan dengan membuat klasifikasi yang difokuskan kepada hal-hal pokok dan penting berdasarkan satuan konsep, tema dan kategori tertentu.

Menurut Miles dan Huberman menggambarkan analisa data dilakukan selama pengumpulan data dilapangan dan setelah semua data terkumpul dengan teknik analisis model interaktif analisa data berlangsung secara bersama-sama dengan proses pengumpulan data, penyajian data, reduksi data dan kesimpulan-kesimpulan. Semuanya dilakukan dalam proses yang tidak terpisah (Miles, 2014: 20). Adapun alur tahapannya sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Data hasil mengihtiarikan dan memilih-milih berdasarkan satuan konsep, tema, dan katagori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan.

2. Penyajian Data

Data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga memudahkan peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lain.

3. Penarikan kesimpulan

Peneliti berusaha menarik simpulan dan melakukan verifikasi dengan mencari makna setiap gejala yang diperolehnya. Pada tahap ini, penulis menarik simpulan dari data yang telah didapat sebelumnya, kemudian mencocokkan catatan dan pengamatan yang dilakukan penulis pada saat penelitian.

3.6. Keabsahan Data

Menurut pendapat Creswell (2015:285) bahwa keabsahan data dalam penelitian kualitatif merupakan upaya pemeriksaan terhadap akurasi penelitian dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu, yakni, melakukan triangulasi dan membercheking data.

1. Triangulasi

Triangulasi adalah tehnik untuk mengecek keabsahan data. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah tehnik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara objek penelitian (moelong, 2006: 330), karena tehnik triangulasi adalah cara yang paling banyak digunakan untuk pemeriksaan data yang ditemukan dilapangan dengan

sumber lainnya. Karena triangulasi diajukan untuk menghilangkan dikotomi antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif sehingga benar-benar ditemukan teori yang tepat.

2. *Member checking*

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian kualitatif, sehingga dapat dipertanggungjawabkan, maka peneliti akan melakukan proses *member checking* atau pengecekan yang bertujuan untuk mendapatkan tingkat akurasi dan validitas data hasil penelitian.

3.7. Waktu dan Lokasi Penelitian

3.7.1. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian ini terbagi 3 yaitu :

1. Pra Penelitian Dilakukan dari bulan februari 2019 sampai bulan Agustus 2019 untuk menentukan dan memilih tema penelitian serta rancangan penelitian
2. Pengambilan data penelitian dilakukan dari bulan Agustus 2019 sampai bulan September 2019
3. Verifikasi hasil akhir penelitian dan sidang dilakukan pada bulan Januari 2020.

3.7.2. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Penelitian

Muslimat Dewan dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara adalah sebuah lembaga yang secara struktural merupakan perpanjangan dari Pimpinan Pusat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia yang berkedudukan di Jakarta. Keberadaan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia tidak terlepas dari kelahiran Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia tanggal 26 Februari 1967, atau yang disingkat dengan Dewan Dakwah. Kelahirannya melalui musyawarah alim ulama dan tokoh-tokoh nasional dari berbagai unsur ormas Islam pada masa itu, Muhammadiyah, Persis, Mathlaul Anwar, Al-Wasliyah, Persatuan Tarbiyah Islamiyah, Al-Irsyad, Persatuan Umat Islam, Al-Syafi'iyah yang dihadiri tokoh-tokoh nasional seperti Buya Sutan Mansyur (mantan Ketua PP Muhammadiyah), Syafruddin Prawiranegara dengan tokoh sentralnya adalah Buya H. Mohamat Natsir sebagai pendiri dan ketua yang pertama.

Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia adalah organisasi yang berbadan hukum yang tujuan, asas dan maksudnya sama dengan Dewan Dakwah yaitu terwujudnya tatanan kehidupan yang Islami, berasaskan Islam, taqwa dan keridhaan Allah SWT. Secara kelembagaan Muslimat Dewan Dakwah adalah memiliki struktur semi otonom yang merupakan bahagian yang utuh dari struktur organisasi Dewan Dakwah. Namun dalam pelaksanaan kegiatan program kerja,

maka Muslimat Dewan Dakwah memiliki otonomi khusus yang tidak terikat kegiatannya dengan Dewan Dakwah secara umum.

Kegiatan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia lebih bergerak pada bidang pendidikan, dakwah, pelatihan, penelitian, pengkaderan, penguatan basis ekonomi.

4.1.2. Visi dan Misi Muslimat Dewan Dakwah Indonesia Sumatera Utara

Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia adalah mewujudkan tatanan kehidupan masyarakat Indonesia yang Islami dalam NKRI yang kuat dan sejahtera.

Misi Muslimat Dewan Dakwah Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan Khittah Da'wah, Angaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Dewan Da'wah guna terwujudnya tatanan kehidupan yang islami, dengan meningkatkan mutu da'wah di Indonesia yang berasaskan Islam, Taqwa dan keridhaan Allah Ta'alaa;
2. Menanamkan aqidah dan menyebarkan pemikiran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah;
3. Menyiapkan du'at untuk berbagai tingkatan sosial kemasyarakatan dan menyediakan sarana untuk meningkatkan kualitas dakwah;
4. Menyadarkan umat akan kewajiban da'wah dan membina kemandirian mereka;

5. Membendung pemurtadan, ghazwul fikri dan harakah hadamah.
6. Mengembangkan jaringan kerjasama serta koordinasi ke arah realisasi amal jama'i.
7. Memberdayakan hubungan dengan berbagai pihak; pemerintah dan lembaga lainnya bagi kemaslahatan ummat dan bangsa.
8. Membangun solidaritas Islam Internasional dalam rangka turut serta mendukung terciptanya perdamaian dunia.

4.1.3. Tugas Pokok Muslimat Dewan Dakwah Indonesia Sumatera Utara

Disadari memang, bahwa Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam konteks secara umum, tidaklah sama dengan organisasi seperti Aisyiyah, muslimat NU yang secara organisatoris sudah mapan dan memiliki akses sampai ditingkat ranting di seluruh Indonesia. Sementara Muslimat atau Dewan Dakwahnya sendiri jangkauan pengembangan organisasinya masih sangat terbatas pada wilayah kabupaten kota tertentu.

Muslimat Dewan dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera utara memiliki sekretariat di Jln. Brigjen Katamso No.325 kelurahan sei mati kecamatan Medan Maimun. Secara pengembangan kelembagaan, Muslimat Dewan Dakwah hanya ada di 3 kabupaten/kota yaitu, kota Medan, kabupaten langkat, kabupaten labuhan batu. Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara dalam melakukan kegiatannya pada aspek keuangan, lebih mengandalkan bantuan daripada donator yang tidak mengikat. Hal ini disebabkan, untuk tingkat Sumatera Utara, Muslimat Dewan

Dakwah belum memiliki lahan atau asset, serta iuran anggota sebagai sumber pembiayaan kegiatan yang dilaksanakan.

Ketiadaan sumber pembiayaan yang tetap, tidak mengurangi semangat pengurus Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara dalam merencanakan program kerja yang bertujuan memberdayakan masyarakat muslim kota Medan. Secara hirarki, maka Muslimat Dewan Dakwah memiliki tugas pokok dan fungsi yang sama dengan Dewan Dakwah secara kelembagaan. Dibawah ini bila dilihat tugas pokok, fungsi dan wewenang Muslimat Dewan Dakwah :

Adapun yang menjadi tugas pokok Muslimat Dewan dakwah adalah sebagai berikut :

1. Melaksanakan program kerja dengan mengacu kepada khittah, AD / RT Dewan Dakwah
2. Melaksanakan kebijakan dan program yang diputuskan oleh dewan pimpinan pusat.
3. Merancang dan merencnakan operasionalisasi program baik yang bersifat klasik mapun kontemporer.
4. Mengorganisir kepengurusan Muslimat Dewan Dakwah diwilayahnya sehingga terwujud sinergi di wilayah masing-masing
5. Mendorong dan dan mengupayakan berdirinya kepengurusan Muslimat Dewan Dakwah di masing-masing kabupaten / kota

6. Melakukan koordinasi dan pembinaan da'I yang ditempatkan diwilayahnya sekaligus mmenyampaikan rekomendasi atas hasil evaluasi da'I yang bersangkutan.

Fungsi daripada Muslimat Dewan Dakwah ini :

1. Muslimat Dewan Dakwah propinsi merupakan perpanjangan tangan dari Muslimat dewan dakwah pusat.
2. Muslimat Dewan dakwah memiliki kelelusaan untu merencanakan, merancang progam kerja yang sesuai dengan kondisi kebutuhan di wilayahnya.
3. Muslimat Dewan Dakwah propinsi merupakan penghimpun potensi SDM dtermasuk para tokoh-tokoh yang ada untuk mewujudkan kejasama.

4.1.4. Susunan Kepengurusan Muslimat Dewan Dakwah Indonesia Sumatera Utara

Roda organisasi Muslimat Dewan Dakwah Indonesia dijalankan oleh orang-orang yang memiliki kompetensi dan kemauan untuk menjalankan visi dan misi dari organisasi tersebut. Adapun struktur kepengurusan oragnisasi tersebut sebagai berikut:

Pembina:

Hj. Sutias

Hj. Nurhaniah Syarif

Hj. Noor Balqis S.Psi

Ketua :

DR. dr. Arlinda Sari Wahyuni, MKes

Wakil Ketua Bidang Pendidikan, Dakwah dan Pelatihan :

Mazdalifah, MA, PhD

Wakil Ketua Bidang Pemberdayaan Daerah Dan Hubungan Organisasi :

Dra.Sri Eni Purnamawati, MA

Sekretaris :

Ameilia Zuliyanti Siregar,MSc, PhD

Wakil Sekretaris I:

Juniawati Suza, SPd

Wakil Sekretaris II :

dr. Ivana Alona, MPH

Bendahara :

Andayani Fitri, SPd

Wakil Bendahara I:

Dr. Rusdiana, MKes

Wakil Bendahara II:

Dr. Nurhayati

Anggota**Bidang Pendidikan dan Latihan:**

Etti Sudaryati, MKes, PhD

dr. Eka Roina, MKes

Dra. Hasriany Daulay

Bidang Pemberdayaan Daerah dan Hubungan Organisasi:

Dr. Dina Kemala Sari, SPGK

dr. Dwi Rita Anggraini, MKes

Emilia Ramadhani, SPsi, MA

4.1.5. Strategi Komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Indonesia Sumatera Utara

Penelitian ini mengenai strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam pemberdayaan masyarakat muslim kota Medan. Dalam observasi peneliti, Muslimat Dewan Dakwah merupakan tempat berhimpunnya para aktivis yang peduli dengan persoalan dakwah, pendidikan dan ekonomi umat yang memiliki semi otonomi sebagai badan khusus yang memberikan perhatian terkait dengan isu-isu kewanitaan, keluarga. Untuk memberikan hasil yang utuh tentang keberadaan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, peneliti melakukan proses wawancara terhadap beberapa informan kunci dan informan pendukung, guna mengetahui sejauhmana keberhasilan strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah dalam pemberdayaan masyarakat muslim kota medan. Maka selanjutnya untuk mempermudah membaca dan menganalisa alur penelitian ini, maka peneliti akan mendeskripsikan informan dimaksud sebagai berikut :

Tabel 4.1. Informan Penelitian

No	Nama informan	Inisial	Pekerjaan	Status dalam penelitian
1	Prof.Dr. Arlinda Sari Wahyuni, M.Kes	ASW	Dosen	Informan kunci
2	Hj. Amelia Zuliyanti Siregar, M.Sc., P.hD	AZS	Dosen	Informan kunci
3	Tri Widyawati, M.Si, P.hD	TW	Dosen	Informan kunci
4	Prof. Lusiana Andriani Lubis., MA, Ph.D	LA	Dosen	Informan pendukung

(Sumber: Peneliti, 2020)

Wawancara terhadap keempat informan dilakukan dalam waktu yang berbeda-beda. Sebab, disesuaikan dengan waktu luang dari masing-masing informan. Wawancara Prof. Dr. Arlinda dilakukan pada 12 Desember 2019, wawancara Hj. Amelia Zuliyanti Siregar, M.Sc., Ph.D dilakukan pada 2 Januari 2020, wawancara Tri Widyawati, M.Si, Ph.D dilakukan pada 12 Februari 2020 dan wawancara Prof. Lusiana Andriani Lubis., MA, Ph.D dilakukan pada 13 Februari 2020.

Sebelum membahas persoalan strategi komunikasi, peneliti menanyakan seperti apa sebenarnya manajemen Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara. Menurut Ketua Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, Prof. Dr. Arlinda Sari Wahyuni M. Kes adalah sebagai berikut:

“Secara kelembagaan, Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara adalah merupakan lembaga yang sudah berbadan hukum dan menginduk secara nasional di Jakarta. Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara memiliki secretariat tetap di jalan Brigjen Katamso Kelurahan Sei Mati Kecamatan Medan Maimun. Muslimat Dewan Dakwah dikelola secara partnership dengan berpedoman kepada kaidah

AD/ART organisasi. Muslimat Dewan Dakwah senantiasa mengadakan rapat rutin yang secara gamblang membahas program-program strategis yang bersifat pemberdayaan umat.”

Ia juga menjelaskan bahwa organisasi tersebut tidak sama dengan organisasi sosial Islam lainnya. Hal itu diterangkannya sebagai berikut:

“Model kepemimpinan di Muslimat Dewan Dakwah adalah kolektif kolegial yang memiliki peran dan tugas masing-masing sesuai dengan Ad/ART Dewan Dakwah. Harus dipahami bahwa Muslimat Dewan tidak sama dengan Aisyiyah di Muhammadiyah yang secara organisatoris terpisah dengan Muhammadiyah, demikian juga dengan Muslimat NU. Jadi Muslimat Dewan Dakwah semi otonom yang merupakan bagian tak terpisahkan dengan Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia secara umum.”

Meskipun begitu, keberadaan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia ini ada dan dibuktikan dengan program, sumber daya, seperti yang dikatakan oleh Prof. Dr. Arlinda Sari Wahyuni M. Kes sebagai berikut:

“Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam hubungannya dengan instansi pemerintah, maka kami tunjukkan kepada instansi tersebut akan keberadaan muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia yang meliputi (1) Keberadaan organisasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, (2) Kepengurusan, (3) sumber daya yang kami dimiliki, (4) manfaat program kerja bagi komunitas”

Guna menunjukkan eksistensi dan realisasi visi dan misi dari Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, maka organisasi tersebut membuat suatu strategi komunikasi. Hasil wawancara terhadap informan menunjukkan bahwa strategi komunikasi merupakan langkah awal untuk mencapai tujuan organisasi, sebab di dalam strategi terdapat perencanaan yang matang dan manajemen yang kuat dari setiap organisasi untuk melangkah menuju tujuan bersama. Seperti apa yang dikatakan oleh Harold Lasswell, maka Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara memperhatikan komunikator,

pesan, komunikasi, media dan efek dalam menjalankan program pemberdayaannya.

1. Komunikator

Komunikator menjadi salah satu faktor terpenting dalam mencapai keberhasilan komunikasi. Komunikator dituntut memiliki keahlian dan kredibilitas dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat binaan. Hal ini menjadi penting mengingat adanya daya tarik tersendiri dalam upaya mempengaruhi obyek yang menerima pesan untuk dapat mempercayai dan bersedia mengikuti keinginan komunikator. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Sekretaris Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara, Hj. Amelia Zuliyanti Siregar, M.Sc., Ph.D:

“Narasumber yang dihadirkan Muslimat DDII adalah mereka yang memiliki kompetensi di bidang keilmuan, pengalaman dan pengetahuan keagamaan, keahlian dan keterampilan, yang dengan itu akan mampu menjawab kebutuhan audien, jadi kita tidak asal tunjuk saja begitu.”

Peneliti kemudian menanyakan, siapa saja yang menjadi komunikator untuk pemberdayaan pada program Muslimat Dewan Dakwah Indonesia Sumatera Utara. Hj. Amelia Zuliyanti Siregar, M.Sc., Ph.D pun menjawab sebagai berikut:

“Dalam setiap pelaksanaan kegiatan, maka nara sumber juga ada dari dalam dan juga dari eksternal, hal ini terkait dengan kompetensi keahlian yang dimiliki masing-masing dan kaitannya dengan tema kegiatan yang dilakukan.”

Jawaban Hj. Amelia Zuliyanti tersebut menerangkan bahwa Muslimat Dewan Dakwah Islam Indonesia Sumatera Utara benar-benar memperhatikan komunikator atau orang yang akan mereka hadirkan di hadapan masyarakat binaan sebagai pemateri.

2. Pesan

Pesan menjadi poin penting selanjutnya yang menjadi tujuan dibuatnya program pemberdayaan oleh Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara. Pesan yang disampaikan oleh organisasi ini merupakan pesan yang sesuai dengan materi yang dibagikan kepada masyarakat binaan. Hal ini disampaikan oleh Ketua Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, Prof. Dr. Arlinda Sari Wahyuni, M.Kes sebagai berikut:

“Kita menjalankan program-program pembinaan kepada masyarakat, seperti susatin, fardu kifayah, belajar Al Qur’an dan pembuatan tempe. Sama masyarakat, pesan yang kita beri adalah wawasan seputar itu, kita bekali keterampilan itu. Tentu saja sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dikaitkan dengan visi dan misi kita yang Islami, maka materi atau pesan-pesan yang kita sampaikan juga berkaitan dengan tuntunan Quran dan Sunnah.”

Artinya, pesan yang disampaikan oleh komunikator bukan sekadar mengenai wawasan susatin, fardu kifayah, belajar Al Qur’an dan pembuatan tempe. Melainkan, ada penanaman nilai-nilai agama dalam setiap pertemuan yang diadakan untuk setiap program Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara.

3. Komunikasikan

Pelaksanaan program pemberdayaan oleh Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara memiliki telah memiliki sasaran atau komunikasikan sebagai orang yang akan diberi binaan terkait program pemberdayaan yang dilakukan. Seperti yang disampaikan oleh Sekretaris Muslimat Dewan

Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, Hj. Amelia Zuliyanti Siregar, M.Sc., Ph.D sebagai berikut:

“Sasaran dari program pemberdayaan masyarakat muslim kota medan adalah adalah sebagai berikut Warga binaan di Lapas Wanita Tanjung Gusta secara terencana, calon pengantin yang akan menikah, warga masyarakat di gang syukur kelurahan belawan, mahasiswa Fakultas kedokteran USU, pengajian majelis taklim untuk pelatihan fardhu kifayah, masyarakat yang kurang mampu dengan penyaluran hewan qurban, pelatihan Suscatin secara berkala bekerjasama dengan Kementerian Agama Kota Medan.”

Berdasarkan jawaban dari Hj. Amelia Zuliyanti Siregar, M.Sc., Ph.D, terdapat beberapa komunikan yang menjadi sasaran program pemberdayaan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, yaitu:

1. Warga binaan di Lapas Wanita Tanjung Gusta
2. Calon pengantin
3. Warga masyarakat di Gang Syukur Kelurahan Belawan
4. Mahasiswa Fakultas kedokteran USU,
5. Pengajian majelis taklim
6. Masyarakat yang kurang mampu

Hj. Amelia Zuliyanti juga menerangkan, pemberdayaan yang mereka lakukan tidak dalam waktu yang bersamaan atau dalam tempat yang sama pula. Hj. Amelia Zuliyanti Siregar, M.Sc., Ph.D memberikan jawaban sebagai berikut:

“Waktu yang kita gunakan dalam melaksanakan kegiatan itu sudah terjadwal jauh hari sebelumnya, misalnya untuk pengajian tahfiz dan tahsin di LP wanita Tanjung Gusta 1 x dua minggu dan disesuaikan dengan waktu dan situasi dari pihak lembaga, pengajian tahfiz dan tahsin di FK USU setiap hari kamis, suscatin 5 angkatan setiap tahun bekerjasama dengan Kemenag Kota Medan yang bulan dan tanggalnya kita menyesuaikan dengan jumlah catin yang mendaftar di KUA

kecamatan, pengajian bulanan 1 x satu bulan di LP Tajung Gusta, pelatihan fardhu kifayah 1 x 3 bulan.”

4. Media

Pelaksanaan pemberdayaan yang dilakukan oleh Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara juga menggunakan media sebagai alat bantu agar pesan yang dimaksud tersampaikan, diterima dan dipahami secara baik. Media yang dimaksud di sini diterangkan oleh Bendahara Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, Tri Widyawati, M.Si, Ph.D sebagai berikut:

“Kalau hal tersebut, ada memang kita gunakan, untuk suscatin kita menggunakan infocus, simulasi, untuk pelatihan pembuatan tempe kita menggunakan alat membuat tempe, untuk keterampilan salon di LP wanita Tanjung Gusta, kita menggunakan bahan-bahan yang berkenaan dengan kecantikan, untuk holtikultura kita menggunakan tanaman palawija dan sebagainya.”

Menggunakan media dianggap lebih efektif dalam penyampaian pesan atau materi pemberdayaan. Hal ini diutarakan oleh Tri Widyawati, M.Si, Ph.D sebagai berikut:

“Alhamdulillah, sangat memudahkan pemahaman mereka, disamping mendengar, juga mereka melihat dengan mata telanjang dan meraba benda yang dipraktikkan.”

5. Efek

Program pemberdayaan masyarakat muslim di Kota Medan yang dilakukan oleh Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara tentu memiliki efek dari para masyarakat binaannya. Seperti yang disampaikan

oleh Sekretaris Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara,

Hj. Amelia Zuliyanti sebagai berikut:

“Secara umum dan khusus dapat kita katakan bahwa para peserta kegiatan senantiasa memberikan respek yang positif terhadap event-event yang kita adakan, hal ini tidak terlepas dengan pendekatan komunikasi yang kita lakukan humanis, egaliter, persuasife dan berempati dan lebih daripada itu, bahwa program kerja yang kita lakukan adalah sedikitnya menjawab permasalahan yang mereka alami saat ini.”

Hj. Amelia Zuliyanti Siregar, M.Sc., Ph.D juga menyatakan bahwa dengan adanya program yang dilakukan oleh organisasi menjadi inspirasi bagi masyarakat binaan. Seperti yang dikatakan oleh Hj. Amelia Zuliyanti Siregar, M.Sc., Ph.D sebagai berikut:

“Iya..iya..ada kepuasan, dikarenakan apa yang menjadi tidak tahu mereka selama ini menjadi tahu. Sebagai dapat menginspirasi untuk kehidupan di masa mendatang.”

Ketua Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, Prof. Dr. Arlinda Sari Wahyuni mengatakan bahwa program pemberdayaan masyarakat muslim yang dibuat dapat dikatakan berhasil. Sebagaimana yang dikatakannya berikut:

“Kalau dikatakan berhasil, agak naïf ya, karena mengukurnya hanya dapat dilakukan ouput setelahnya, tapi paling tidak, bagi mereka yang mendapatkan sentuhan Muslimat pasti memberikan pandangan positif, karena apa yang sudah dilakukan Muslimat dalam pemberdayaan masyarakat muslim kota Medan dapat dirasakan terutama dari segi pendidikan (diklat Suscatin, Diklat Da’I dan da’iyah, pelatihan pembuatan tempe, bahkan ada narapida di LP wanita Tanjung Gusta telah berhasil menghafal juz 30 dengan bacaan yang baik, demikian juga dengan kegiatan suscatin juga telah memberikan pengetahuan yang utuh kepada suscatin tentang bagaimana persoalan reproduksi, komunikasi keluarga, manajemen keuangan rumah tangga dan lain-lain. Juga pelatihan fardhu kifayah, dimana hari ini ada ketergantungan kita kepada bilal mayit, bila

terlambat bilal mayit maka terlambat juga pelaksanaan fardhu kifayah jenazah yang bersangkutan, demikian juga dengan pengajaran Al-Qur'an".

Begitupun Mantan Ketua Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara, Prof.

Lusiana Andriani Lubis, MA, P.h.D mengatakan sebagai berikut:

"Dapat dikatakan bahwa, baik dari sisi model kepemimpinan dan juga persepsi masyarakat dalam menilai keberadaan Muslimat Dewan Dakwah, Alhamdulillah cukup membanggakan. Ada beberapa program kita dilapangan yang sama sekali tidak dilakukan oleh organisasi kewanitaan, sehingga memberikan nilai tersendiri bagi Muslimat Dewan Dakwah. Dalam segi kepemimpinan, Muslimat Dewan Dakwah sudah memiliki mekanisme pola hubungan interaksi dengan sesama pengurus yang sudah diatur di AD / ART. Walaupun tidak dapat dipungkiri bahwa dinamika organisasi selalu muncul, juga di Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara, terkait dengan hubungan dengan instansi pemerintah, maka dapat dikatakan sangat responsif, hal ini disebabkan bahwa kehadiran kita justru membantu mereka dalam menyelaraskan program kerja kepada komunitas. Kemudian terkait dengan evaluasi, maka sewajarnya di organisasi manapun, hal itu selalu dilakukan, pun juga di Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara senantiasa dilakukan akan hal itu."

4.1.6. Hambatan Komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara

Pelaksanaan program dari Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia tersebut tidak selalu berjalan dengan baik. Ketua Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, Prof. Dr. Arlinda Sari Wahyuni mengatakan sebagai berikut:

"Ehmm, yaahh, memang dalam setiap organisasi manapun pasti ada hambatan, bahkan dalam keluarga pun juga ada hambatan. Kalau hambatan yang kami alami sebenarnya tidak menjadi persoalan yang menyebabkan program kerja tidak jalan. Hambatan yang ada meliputi, (1) waktu yang tersedia bagi pengurus tidak semuanya ke Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, hal ini disebabkan pengurus pada umumnya berprofesi ASN, Dosen dan lainnya, (2) Sumber daya manusia juga masih minim, karena Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah

Indonesia ini tidak sama dengan Aisyiyah, Muslimat NU, Muslimat Al-Wasliyah, sehingga berpengaruh pada jumlah kegiatan/program kerja yang bisa dilaksanakan. (3) sumber keuangan, dalam kegiatan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia lebih banyak mengandalkan donator, simpatisan dan juga partisipasi iuran maupun infaq sadaqah pengurus.”

Berdasarkan jawaban dari Arlinda Sari Wahyuni, maka diketahui ada beberapa hambatan komunikasi yang terjadi ada 3, yaitu:

1. Waktu
2. Sumber Daya Manusia
3. Keuangan

Ketiga hambatan inilah yang membuat program pemberdayaan yang sudah dicanangkan oleh Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara menjadi tersendat. Meskipun begitu, setiap kekurangan dan kesalahan yang mereka lakukan akan diketahui. Sebab, Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara selalu melakukan evaluasi. Hal ini dikatakan oleh Ketua Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, Prof. Dr. Arlinda Sari Wahyuni sebagai berikut:

“Oh ya, terkait akan hal itu, Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara senantiasa selalu melakukan evaluasi akan kelemahan-kelemahan maupun apa yang menonjol keberhasilan dalam setiap pelaksanaan kegiatan, tentunya demi untuk yang lebih baik dimasa mendatang.”

Menyikapi hambatan yang ada, Mantan Ketua Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara, Prof. Lusiana Andriani Lubis, MA, P.h.D mengatakan sebagai berikut:

“Kalau menyahuti secara keseluruhan tentu tidak ya, namun paling tidak bisa memberikan gambaran kepada kita, bahwa Muslimat Dewan Dakwah

sudah menunjukkan kepeduliannya. Tentu di masa mendatang perlu peningkatan dan perluasan komunikasi untuk mendapat manfaat dari kegiatan Muslimat Dewan Dakwah.”

Peneliti pun menanyakan mengenai kendala pendanaan yang terjadi. Prof.

Lusiana menjawabnya sebagai berikut:

“Kalau menyangkut tentang pendanaan kegiatan, maka Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara lebih mengandalkan keuangan kegiatan pada para donator, simpatisan, jadi tidak ada yang sudah kita siapkan dalam pelaksanaan program kerja tersebut, ujarnya.”

Peneliti menanyakan apakah dengan kendala keuangan yang belum mumpuni menjadi penghambat bagi keberlangsungan hidup Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia. Prof. Lusiana Andriani Lubis, MA, P.h.D menjawab sebagai berikut:

“*Yaahh*, kalau persoalan pendanaan apakah besar atau tidak, bagi saya itu sangat relatif, tinggal bagaimana kita melakukan efisiensi dalam melakukan setiap program kerja, sehingga program jalan, keuangan beres, *hehe*.”

Peneliti kemudian meminta perbandingan kendala keuangan saat ini dengan saat ia menjabat sebagai Ketua Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia.

“Kalau masa kami dulu, memang hampir sama dengan apa yang terjadi saat ini, hal ini disebabkan bahwa Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara belum memiliki badan usaha yang profit, iuran anggota yang tetap, kita sangat berbeda dengan Aisyiyah, Muslimat dan lain-lain.”

Hambatan yang masih terjadi membuat peneliti kembali bertanya tentang tindakan yang diambil oleh Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia

Sumatera Utara untuk mengatasi persoalan tersebut. Prof. Lusiana Andriani Lubis, MA, P.h.D menjawab sebagai berikut:

“Bahwa sebetulnya bukan tidak ada terobosan, usaha sudah kita lakukan, namun belum bisa untuk membuat Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia untuk menjadikan dirinya menjadi mandiri.”

4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan dalam penelitian ini, maka peneliti menganalisis bahwa strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam pemberdayaan masyarakat muslim Kota Medan dibuat dengan memperhatikan komunikator, pesan, komunikan, media dan efek. Komunikator merupakan faktor kunci dalam penyampaian suatu informasi yang menjadi program pemberdayaan organisasi tersebut. Komunikator dalam penelitian ini adalah da'i dan da'iyah serta para dosen yang sudah berpengalaman dalam berbagai pelatihan. Mengingat mereka memiliki program berupa pembinaan di LP Wanita Tanjung Gusta, kursus calon pengantin, pengajaran Al-Qur'an, pelatihan fardhu kifayah dan pemberdayaan ekonomi umat. Untuk itu, Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara memilih dan mengirimkan komunikator sebagai narasumber dalam program pemberdayaan tersebut berdasarkan kompetensi keilmuan, pengalaman dan pengetahuan keagamaan, keahlian dan ketrampilan, yang dengan itu akan mampu menjawab kebutuhan masyarakat yang dibina. Tidak hanya sampai di situ saja, Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia juga melakukan *Training of Trainers* (TOT) kepada seluruh Sumber Daya Manusia di internal organisasi, hal

ini sebagai upaya untuk penguatan pemahaman dan kemampuan komunikator untuk menjadi pemateri dalam program-program pemberdayaan yang terus dilakukan.

Pesan juga menjadi hal penting Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara. Pesan sendiri didefinisikan sebagai sajian atau serangkaian informasi yang harus disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan dalam penelitian ini tidak hanya berupa materi dari program yang dijalankan, melainkan pesan berupa aqidah serta pemikiran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Antara pesan program tersebut dijalankan bersamaan dengan pesan yang menjadi misi dan visi organisasi. Dengan kata lain, setiap pesan dari Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara disampaikan memuat nilai-nilai religius sesuai dengan syariat Islam.

Pemilihan komunikator dan pesan tersebut berkaitan dengan komunikan atau orang yang menjadi sasaran dalam pemberdayaan. Peneliti menganalisis bahwa Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara mengenal komunikannya. Dimana komunikan organisasi tersebut terdiri dari berbagai latar belakang. Ada yang berasal dari warga binaan LP wanita Tanjung Gusta, masyarakat (gg. Syukur di kelurahan Belawan), mahasiswa muslim (di Fakultas Kedokteran USU), para peserta kursus pra nikah serta peserta pelatihan bila mayit. Dengan mengetahui latar belakang tersebut, maka Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia lebih gampang melakukan pendekatan dan lebih mudah

dalam memberi pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai ajaran Islam melalui program sosial yang dilaksanakan. Selain memiliki kemampuan teknis, Komunikator dalam pemberdayaan masyarakat harus memiliki kredibilitas. Kemampuan dan keahliannya sesuai antara apa yang diucapkan dengan apa yang dilakukan. Serta, selama memberikan materi, mampu menunjukkan empati dan sehingga kehadirannya menjadi perhatian dan diterima dengan baik.

Guna mendukung kelancaran dari program pemberdayaan yang dilakukan, Muslimat Dewan Dakwah Indonesia menggunakan media dalam berkomunikasi. Media dapat diartikan sebagai suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Selain media pancaindera manusia seperti telinga dan mata, sehingga umumnya media komunikasi selalu berhubungan kedua indra tersebut seperti alat-alat penyajian tulisan dan gambar, serta alat-alat audio yang dapat ditangkap oleh indra pendengar. Organisasi tersebut menggunakan *handphone*, laptop, alat tulis menulis, alat peraga atau alat praktek. Alat-alat atau media komunikasi harus tersedia dengan memadai dalam berbagai bentuk sehingga dapat menjadi pilihan sesuai dengan materi yang akan disampaikan. Alat-alat komunikasi yang digunakan tersebut juga dapat mempermudah fasilitator, da'i dan da'iyah dalam melakukan pembinaan kepada komunikan.

Hasil atau efek dari komunikasi yang dilakukan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia sesuai tujuan yang mereka kehendaki. Melalui program dan strategi yang dijalankan, para masyarakat binaan tidak hanya mengetahui,

melainkan memahami kehidupan sesuai tuntunan Al Quran dan Sunnah. Para masyarakat binaan mulai merasakan manfaat program. Seperti kursus calon pengantin, wawasan masyarakat binaan mengenai pernikahan, hidup berkeluarga dari sudut pandang agama Islma, psikologi, moral, seksualitas, kesehatan, gender dan ekonomi menjadi bertambah. Bahkan, melalui program pembinaan yang dibuat, ada narapida di LP wanita Tanjung Gusta yang menjadi masyarakat binaan telah berhasil menghafal juz 30 dengan bacaan yang baik. Demikian juga pelatihan fardhu kifayah dan pembuatan tempe.

Peneliti juga menganalisis, strategi komunikasi Organisasi yang digunakan Muslimat Dewan Dakwah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Muslim Kota Medan berdasarkan arah komunikasi sebagai berikut:

1. Komunikasi transaksional

Model komunikasi transaksional adalah model komunikasi yang menekankan pada pentingnya peran pengirim pesan dan penerima pesan dalam proses komunikasi yang berlangsung dua arah. Komunikasi ini mengaitkan komunikasi dengan konteks sosial, konteks hubungan. Dalam komunikasi ini, dapat digambarkan bahwa dalam berkomunikasi tidak hanya untuk pertukaran pesan melainkan juga untuk membangun hubungan. Pembinaan warga binaan di LP wanita Tanjung Gusta, pelatihan tempe pada masyarakat Gang Syukur di Kelurahan belawan adalah bentuk komunikasi yang pada intinya untuk bagaimana saling memahami. Secara teoritis model ini mengacu pada model komunikasi transaksional Barlund.

2. **Komunikasi Interaksi**

Komunikasi interaksi, adalah komunikasi yang digunakan dengan melakukan penekanan komunikasi dua arah. Dalam hal ini strategi komunikasi interaksi yang dipakai dalam bentuk sebagai berikut :

- a. Pelatihan kursus pra nikah yang memiliki usia muda, dimana pelatihan yang dilakukan lebih bersifat interaktif dan didukung penggunaan media, slide, simulasi, Tanya jawab
- b. Pengajian Al-Qur'an di fakultas Kedokteran USU, dimana komunikasi interaksi terjadi antar da'i dan komunikan.

Analisis peneliti, keberhasilan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara ini juga tidak terlepas dari kerjakeras dan keberlanjutan program yang dilakukan mereka, dengan melewati tahapan-tahapan pemberdayaan berikut:

4. Tahap penyadaran

Dimana Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara telah memetakan kondisi sosial masyarakat yang akan menjadi sasaran program mereka. Setelah itu, organisasi ini melakukan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli.

5. Tahap transformasi

Hasil pemetaan yang ada, maka Muslimat Dewa Dakwah Islamiyah Indonesia memberikan wawasan pengetahuan, kecakapan keterampilan

agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pembangunan.

6. Tahap peningkatan kemampuan

Setelah semua masyarakat binaan diberi wawasan, maka Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara terus melakukan pendampingan dan menempa intelektual, kecakapan keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif masyarakat binaan untuk menjadi mandiri.

Peneliti juga menganalisis bahwa terdapat tiga hambatan dalam proses komunikasi yang dibangun maupun yang terjalin saat berlangsungnya program pemberdayaan. Hambatan tersebut adalah Waktu Sumber Daya Manusia dan Keuangan. Hambatan waktu dikarenakan pengurus dari Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara memiliki berbagai kesibukan sesuai profesi yang mereka miliki. Ada yang berprofesi sebagai Aparatur Sipil Negara (ASN), dosen perguruan tinggi dan lainnya. Hal ini menyebabkan setiap program yang akan dijalankan juga harus disesuaikan dengan kesibukan mereka. Selain itu, penyesuaian waktu juga harus dilakukan terhadap para masyarakat binaan juga harus disesuaikan. Sebab, masyarakat binaan memiliki rutinitas dan kesibukan yang juga tidak bisa diganggu.

Selain itu, tidak banyaknya jumlah dari para pengurus yang tergabung dalam Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, membuat organisasi ini harus melakukan pertimbangan dalam membuat program

pemberdayaan. Sebab, jika dipaksakan akan mengganggu program pemberdayaan itu sendiri. Terakhir adalah keuangan, dimana Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia lebih banyak mengandalkan donator, simpatisan dan juga partisipasi iuran maupun infaq sadaqah pengurus. Dengan begitu, ditengah kesibukan rutin para pengurus, mereka harus mencari dan melakukan lobi-lobi kepada donatur ataupun menyisihkan uang mereka sendiri untuk setiap program yang hendak dijalankan oleh Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia.

Sesuai bentuk-bentuk hambatan komunikasi seperti yang disampaikan oleh menurut Cangara (2004: 131), maka peneliti dapat mengelompokkan tiga hambatan yang dialami oleh Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara sebagai hambatan teknis. Yaitu, hambatan hambatan yang berasal dari hal-hal bersifat teknis sehingga menyebabkan program pemberdayaan organisasi tersebut kurang berjalan baik.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

1. Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan mengenai strategi komunikasi Dewan dakwah Islam Indonesia (DDII) Kota Medan, akhirnya peneliti dapat menghasilkan kesimpulan bahwa Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara adalah sebuah organisasi yang bergerak pada pemberdayaan masyarakat baik bidang dakwah, pendidikan, ekonomi, pelatihan. Tentunya ketika merealisasikan program-program tersebut, maka strategi yang digunakan adalah strategi interaktif, transaksional dengan pola pendekatan persuasif.
2. Terdapat tiga hambatan teknis dalam proses komunikasi yang dibangun maupun yang terjalin saat berlangsungnya program pemberdayaan. Hambatan tersebut adalah Waktu Sumber Daya Manusia dan Keuangan.

5.2. Saran

Setelah mengadakan penelitian di Muslimat Dewan dakwah Islam Indonesia (DDII) Sumatera Utara Kota Medan, maka ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan dalam Tesis ini, sebagai berikut :

1. Saran teoritis.

Hasil penelitian ini memberi referensi di bidang komunikasi organisasi. Serta menambah referensi mengenai strategi komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat.

2. Saran akademis.

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi peneliti lain yang melakukan kajian strategi komunikasi dan pemberdayaan masyarakat.

3. Saran praktis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara memiliki strategi dan program yang positif bagi masyarakat muslim di Kota Medan. Hal ini harus tetap dipertahankan. Serta terus berinovasi dalam melakukan pemberdayaan masyarakat muslim dengan menyesuaikan kultur dan kondisi sosial masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin, Saebani Ahmad Beni. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Amin, Dzikir Muhammad. 2008. *Skripsi: Strategi Komunikasi Dompot Dhuafa Republika Dalam Sosialisasi Zakat*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Amirullah, Sri Budi Cantika. 2000. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anwar. 2007. *Manajemen Pemberdayaan Perempuan*. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Kualitatif: Pemahaman Filosofis Kearah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- _____. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Cholisin. 2011. *Pemberdayaan Masyarakat*, Disampaikan pada Gladi Manajemen Pemerintahan Desa Bagi Kepala Bagian/Kepala Urusan Hasil Pengisian Tahun 2011 Di Lingkungan Kabupaten Sleman.
- Creswell, John W. 2015. *Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David, Fred R. 2002. *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: Prenhallindo.
- Dirgantoro, Crown. 2001. *Manajemen Stratejik: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: Grasindo

- Dewi Cintya Ratih, 2016. *Skripsi: Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Sentra UKM Merr Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Di Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- _____. 1993. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- _____. 1992. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT. RemajaRosdaKarya.
- _____. 1984. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.
- Hokenstad, M.C. Khinduka S.K., and James Midgley. 1977. *Profiles in International Social Work*. Washington D.C: NASW Press.
- Howart. 1991. *Clausewitz: Mahaguru Strategi Perang Modern*. Jakarta: Pustaka Utama Grafis.
- Ife, J.W, Community. 2000. *Development: Creating Community Alternatives- vision, Analisis and Practice*. Melbourne: Longman.
- Ilahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). 2005. Jakarta: PT (Persero) penerbitan dan percetakan.
- Komaruddin. 1994. *Ensiklopedia Manajemen, edisi keenam*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Kulvisaechana, Somboon. 2001. *The Role of Communication Strategies in Change of Management Process*. M.Phil in Management Studies, University of Cambridge.
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Liliweri, Alo. 2014. *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Machendrawati, Nanih dan Agus Ahmad Safei. 2001. *Pengembangan Masyarakat Islam dari Ideologi, Strategi, sampai Tradisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Melita. 2015. *Strategi Komunikasi Public Relations PT. Angkasa Pura 1 (Persero) Bandara Internasional Juanda Surabaya Dalam Menyosialisasikan Terminal Baru (T2)*. Jurnal E-Komunikasi Program studi Ilmu Komunikasi universitas Kristen Petra, Surabaya. Vol. 3 No. 1
- Miles, Matthew B & Huberman, A. Michael. 2014. *Analisis Data Kualitatif Edisi Pertama*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- Moeliono, Anton M. 1993. *Analisis Fungsi Subjek dan Objek Sebuah Tujuan*. Penerbit: ITB Bandung
- Moleong, Lexy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mondry. 2008. *Teori dan praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mukhtar, dan Iskandar. 2009. *Orientasi Baru Supervisi Pendidikan*. Jakarta: Gaung Persada.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munir, M. 2006. *Managemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Nasdian, Fredian Tonny. 2014. *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta : Buku Obor.
- Nisjar S. Karhi. 1997 *Beberapa Catatan Tentang "Good Governance"*, Jurnal Administrasi dan Pembangunan, Himpunan Sarjana Administrasi Indonesia, Jakarta. Vol. 1, No.2.
- Oakley, Peter & Davis Marsden. 1984. *Approaches to Participation in Rural Development*. Geneva: ILO.
- Patilima, Hamid. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. Lkis Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Pito, Toni Andrianus. 2006. *Mengenal Teori-Teori Politik Dari Sistem Politik Sampai Korupsi*. Bandung : Nuansa.
- Pranarka, A.M.W dan Vidhyandika. 1996. *Pemberdayaan (empowerment) Dalam Onny Prijono dan Pranarka (ed). Pemberdayaan, Konsep, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta: Centre for Strategic and International Studies.
- Puspitasari, Elekrika Maya. 2012. Tesis :*Analisis Strategi Komunikasi Politik Melalui Media Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Rachmat, Kriyantono. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rahmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riza, Risyanti dan Roesmidi. 2006. *Pemberdayaan Masyarakat*. Sumedang: Alqa Print Jatinangor.
- Siswanto. 2005. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Bumi Aksara.
- Soetomo. 2006. *Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Stewart, Lea P. 2013. *Komunikasi Dan Perilaku Manusia (Edisi Kelima)*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sugiono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sule, Tisnawati, Kurniawan Saefullah. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.
- Sulistiani Teguh Ambar. 2004. *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaa*. Yogyakarta: Gala Media.
- Sumodiningrat, Gunawan. 1999. *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suryadi, Rudi Ahmad. 2018. *Ilmu Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sutabri, Tata. 2005. *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Tarigan HG.1983 . *Berbicara*. Bandung: Angkasa.
- Utami Budi Fitri. 2012. *Skripsi Strategi Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia (DDII) Dalam Mengantisipasi Gerakan Pemurtadan di Kaliori*. Purwokerto: STAIN Purwokerto.
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application, 3 Ed*. Penerjemah Maria Natalia Damayanti Maer. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wiryanto. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Yusuf, A. Muri. 2014. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zubaedi. 2014. *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*. Jakarta: Kencana.

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN I

**Ketua Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara
Prof DR. Arlinda Sari Wahyuni, M.Kes**

Waktu Wawancara : Kamis, 12 Desember 2019

Lokasi Wawancara : Fakultas Kedokteran USU

1. Menurut ibu, bagaimana cara mengelola Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera ini ?

“Secara kelembagaan, Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara adalah merupakan lembaga yang sudah berbadan hukum dan menginduk secara nasional di Jakarta. Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara memiliki sekretariat tetap di jalan Brigjen Katamso Kelurahan Sei Mati Kecamatan Medan Maimun. Muslimat Dewan Dakwah dikelola secara partnership dengan berpedoman kepada kaidah AD/ART organisasi. Muslimat Dewan Dakwah senantiasa mengadakan rapat rutin yang secara gamblang membahas program-program strategis yang bersifat pemberdayaan umat.”

2. Program apa saja yang dijalankan oleh Dewan Dakwah Indonesia?

“Kita menjalankan program-program pembinaan kepada masyarakat, seperti suscatin, fardu kifayah, belajar Al Qur’an dan pembuatan tempe. Sama masyarakat, pesan kita yang kita beri wawasan seputar itu, kita bekali keterampilan itu. Tentu saja sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dikaitkan dengan visi dan misi kita yang islami, maka materi atau pesan-pesan yang kita sampaikan juga berkaitan dengan tuntunan Quran dan Sunnah.”

3. Apakah ada hambatan yang terjadi dalam pengelolaan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara “

“Ehmm, yaahh, memang dalam setiap organisasi manapun pasti ada hambatan, bahkan dalam keluarga pun juga ada hambatan. Kalau hambatan yang kami alami sebenarnya tidak menjadi persoalan yang menyebabkan program kerja tidak jalan. Hambatan yang ada meliputi, (1) waktu yang tersedia bagi pengurus tidak semuanya ke Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara, hal ini disebabkan pengurus pada umumnya berprofesi ASN, Dosen dan lainnya, (2) Sumber daya manusia juga masih minim, karena Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia ini tidak sama dengan Aisyiyah, Muslimat NU, Muslimat Al-Wasliyah, sehingga berpengaruh pada jumlah kegiatan/program kerja yang bisa dilaksanakan. (3) sumber keuangan, dalam kegiatan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia lebih banyak mengandalkan donator, simpatisan dan juga partisipasi iuran maupun infaq sadaqah pengurus.”

4. Menurut Ibu Prof. berhasilkah Muslimat Dewan Dakwah dalam memberikan kepercayaan kepada masyarakat dan pemerintah ?
“Kalau dikatakan berhasil, agak naif ya, karena mengukurnya hanya dapat dilakukan output setelahnya, tapi paling tidak, bagi mereka yang mendapatkan sentuhan Muslimat pasti memberikan pandangan positif, karena apa yang sudah dilakukan Muslimat dalam pemberdayaan masyarakat muslim kota Medan dapat dirasakan terutama dari segi pendidikan (diklat Suscatin, Diklat Da’I dan da’iyah, pelatihan pembuatan tempe, bahkan ada narapidana di LP wanita Tanjung Gusta telah berhasil menghafal juz 30 dengan bacaan yang baik, demikian juga dengan kegiatan suscatin juga telah memberikan pengetahuan yang utuh kepada suscatin tentang bagaimana persoalan reproduksi, komunikasi keluarga, manajemen keuangan rumah tangga dan lain-lain. Juga pelatihan fardhu kifayah, dimana hari ini ada ketergantungan kita kepada bilal mayit, bila terlambat bilal mayit maka terlambat juga pelaksanaan fardhu kifayah jenazah yang bersangkutan, demikian juga dengan pengajaran Al-Qur’an”.
5. Kalau menelisik lebih jauh, bagaimana sih model kepemimpinan di Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara.?
“Model kepemimpinan di Muslimat Dewan Dakwah adalah kolektif kolegial yang memiliki peran dan tugas masing-masing sesuai dengan Ad/ART Dewan Dakwah. Harus dipahami bahwa Muslimat Dewan tidak sama dengan Aisyiyah di Muhammadiyah yang secara organisatoris terpisah dengan Muhammadiyah, demikian juga dengan Muslimat NU. Jadi Muslimat Dewan Dakwah semi otonom yang merupakan bagian tak terpisahkan dengan Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia secara umum.”
6. Bagaimana Muslimat menyakinkan instansi pemerintah yang memiliki kaitan program kerja dengan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara ?
“Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam hubungannya dengan instansi pemerintah, maka kami tunjukkan kepada instansi tersebut akan keberadaan muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia yang meliputi (1) Keberadaan organisasi Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, (2) Kepengurusan, (3) sumber daya yang kami dimiliki, (4) manfaat program kerja bagi komunikasi”
7. Menurut Ibu, apakah dilakukan evaluasi berkala di internal pengurus terkait dengan program kegiatan yang sudah dilaksanakan ?
“Oh ya, terkait akan hal itu, Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara senantiasa selalu melakukan evaluasi akan kelemahan-kelemahan maupun apa yang menonjol keberhasilan dalam setiap pelaksanaan kegiatan, tentunya demi untuk yang lebih baik dimasa mendatang.”

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN II

**Sekretaris Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara
Hj. Amelia Zuliyanti Siregar, M.Sc., Ph.D**

Waktu Wawancara : Kamis, 2 Januari 2020
Lokasi Wawancara : Hotel Kanaya

1. Siapa saja yang menjadi sasaran pemberdayaa masyarakat muslim di kota Medan ?
“Sasaran dari program pemberdayaan masyarakat muslim kota medan adalah sebagai berikut Warga binaan di Lapas Wanita Tanjung Gusta secara terencana, calon pengantin yang akan menikah, warga masyarakat di gang syukur kelurahan belawan, mahasiswa Fakultas kedokteran USU, pengajian majelis taklim untuk pelatihan fardhu kifayah, masyarakat yang kurang mampu dengan penyaluran hewan qurban, pelatihan Suscatin secara berkala bekerjasama dengan Kementerian Aama Kota Medan.”
2. Bagaimana respon audien ketika menerima pembinaan, pelatihan, pengajian tersebut ?
“Secara umum dan khusus dapat kita katakan bahwa para peserta kegiatan senantiasa memberikan respek yang positif terhadap event-event yang kita adakan, hal ini tidak terlepas dengan pendekatan komunikasi yang kita lakukan humanis, egaliter, persuasife dan berempati dan lebih daripada itu, bahwa program kerja yang kita lakukan adalah sedikitnya menjawab permasalahan yang mereka alami saat ini.”
3. Jadi dapat kita katakana bahwa para audien kita memiliki kepuasan dengan program yang kita lakukan dilapangan ?
“Iya..iya..ada kepuasan, dikarenakan apa yang menjadi tidak tahu mereka selama ini menjadi tahu. Sebagai dapat menginspirasi untuk kehdupan di masa mendatang.”
4. Bagaimana dengan nara sumber yang dihadirkan dalam pembinaan, pelatihan, pengajian.?
“Narasumber yang dihadirkan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia adalah mereka yang memiliki kompetensi di bidang keilmuan, pengalaman dan pengetahuan keagamaan, keahlian dan ketrampilan, yang dengan itu akan mampu menjawab kebutuhan audien, jadi kita tidak asal tunjuk saja begitu.”
5. Apakah nara sumber melulu hanya dari internal Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara saja atau dari mana ?

“Dalam setiap pelaksanaan kegiatan, maka narasumber juga ada dari dalam dan juga dari eksternal, hal ini terkait dengan kompetensi keahlian yang dimiliki masing-masing dan kaitannya dengan tema kegiatan yang dilakukan.

6. Kapan saja waktu yang digunakan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara dalam melakukan program kerjanya untuk pemberdayaan masyarakat muslim kota Medan ?

“Waktu yang kita gunakan dalam melaksanakan kegiatan itu sudah terjadwal jauh hari sebelumnya, misalnya untuk pengajian tahfiz dan tahsin di LP wanita Tanjung Gusta 1 x dua minggu dan disesuaikan dengan waktu dan situasi dari pihak lembaga, pengajian tahfiz dan tahsin di FK USU setiap hari Kamis, suscatin 5 angkatan setiap tahun bekerjasama dengan Kemenag Kota Medan yang bulan dan tanggalnya kita menyesuaikan dengan jumlah catin yang mendaftar di KUA kecamatan, pengajian bulanan 1 x satu bulan di LP Tanjung Gusta, pelatihan fardhu kifayah 1 x 3 bulan.”

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN III

**Bendahara Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara
Tri Widyawati, M.Si, Ph.D**

Waktu Wawancara : Rabu, 12 Februari 2020
Lokasi Wawancara : _____(via seluler)

1. Ketika melakukan pembinaan, pelatihan maupun pengajian, apakah Muslimat “Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara memakai atribut atau uniform ?
Ehmm, bahwa secara keseragaman warna maupun corak, maka dalam kegiatan Muslimat, para tutor, ustad maupun fasilitator tidak memakai seragam secara rutin, tapi hanya memakai pakaian muslim dan muslimah yang syar’i. Tetapi dalam moment-moment tertentu, uniform itu dipakai. Baju seragam Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara adalah hijau kuning.”
2. Apakah ada bentuk media lain yang digunakan untuk memudahkan berkomunikasi dengan audien ?
“Kalau hal tersebut, ada memang kita gunakan, untuk suscatin kita menggunakan infocus, simulasi, untuk pelatihan pembuatan tempe kita menggunakan alat membuat tempe, untuk ketrampilan salon di LP wanita tanjung Gusta, kita menggunakan bahan-bahan yang berkenaan dengan kecantikan, untuk holtikultura kita menggunakan tanaman palawija dan sebagainya.”
3. Apakah memudahkan pemahaman audien dengan media komunikasi tersebut ?
“Alhamdulillah, sangat memudahkan pemahaman mereka, disamping mendengar, juga mereka melihat dengan mata telanjang dan meraba benda yang dipraktikkan.”
4. Sebenarnya tujuan dasar Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia ini didirikan apa ya ?
Tujuan yang diharapkan dengan keberadaan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia ini adalah terwujudnya tatanan kehidupan yang islami dan penuh ketaqwaan dan mengharap ridha Allah.

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN IV

**Mantan Ketua Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia
Sumatera Utara
Prof. Lusiana Andriani Lubis, MA, P.h.D**

Waktu Wawancara : Kamis, 13 Februari 2020
Lokasi Wawancara : Kafe Sobot Ringroad

1. Peneliti membandingkan pertanyaan yang sama kepada LA. Bagaimana Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara pada masa kepemimpinan sebagai ketua ?
“Dapat dikatakan bahwa, baik dari sisi model kepemimpinan dan juga persepsi masyarakat dalam menilai keberadaan Muslimat Dewan Dakwah, Alhamdulillah cukup membanggakan. Ada beberapa program kita dilapangan yang sama sekali tidak dilakukan oleh organisasi kewanitaan, sehingga memberikan nilai tersendiri bagi Muslimat Dewan Dakwah. Dalam segi kepemimpinan, Muslimat Dewan Dakwah sudah memiliki mekanisme pola hubungan interaksi dengan sesama pengurus yang sudah diatur di AD / ART. Walaupun tidak dapat dipungkiri bahwa dinamika organisasi selalu muncul, juga di Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara, terkait dengan hubungan dengan instansi pemerintah, maka dapat dikatakan sangat responsif, hal ini disebabkan bahwa kehadiran kita justru membantu mereka dalam menyelaraskan program kerja kepada komunikan. Kemudian terkait dengan evaluasi, maka sewajarnya di organisasi manapun, hal itu selalu dilakukan, pun juga di Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara senantiasa dilakukan akan hal itu.”
2. Pertanyaan yang hampir sama kepada LA. Bagaimana ibu menilai program kerja Muslimat Dewan Dakwah dalam sisi pemberdayaan, apakah sudah menyahuti ?
“Kalau menyahuti secara keseluruhan tentu tidak ya, namun paling tidak bisa memberikan gambaran kepada kita, bahwa Muslimat Dewan Dakwah sudah menunjukkan kepeduliannya. Tentu di masa mendatang perlu peningkatan dan perluasan komunikan untuk mendapat manfaat dari kegiatan Muslimat Dewan Dakwah.”
3. Oh ya Bu, bagaimana dengan pendanaan kegiatan ?
“Kalau menyangkut tentang pendanaan kegiatan, maka Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara lebih mengandalkan keuangan kegiatan pada para donator, simpatisan, jadi tidak ada yang sudah kita siapkan dalam pelaksanaan program kerja tersebut, ujarnya.”

4. Jadi dengan keadaan yang seperti itu, apakah cukup mumpuni untuk membiayai kegiatan Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara ?
“*Yaahh*, kalau persoalan pendanaan apakah besar atau tidak, bagi saya itu sangat relatif, tinggal bagaimana kita melakukan efisiensi dalam melakukan setiap program kerja, sehingga program jalan, keuangan beres, *hehe*.”
5. Bu LA, bagaimana juga ketika menjabat sebagai ketua Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, apakah demikian hampir sama keadaannya dengan saat ini ?
“Kalau masa kami dulu, memang hampir sama dengan apa yang terjadi saat ini, hal ini disebabkan bahwa Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia Sumatera Utara belum memiliki badan usaha yang profit, iuran anggota yang tetap, kita sangat berbeda dengan Aisyiyah, Muslimat dan lain-lain.”
6. Kenapa tidak ada terobosan dalam memecah kebuntuan atau keadaan statis yang seperti itu ya Bu LA ?
“Bahwa sebetulnya bukan tidak ada terobosan, usaha sudah kita lakukan, namun belum bisa untuk membuat Muslimat Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia untuk menjadikan dirinya menjadi mandiri.”
7. Bagaimana ibu menilai program kerja Muslimat Dewan Dakwah dalam sisi pemberdayaan, apakah sudah menyahuti ?
“Kalau menyahuti secara keseluruhan tentu tidak ya, namun paling tidak bisa memberikan gambaran kepada kita, bahwa Muslimat Dewan Dakwah sudah menunjukkan kepeduliannya. Tentu di masa mendatang perlu peningkatan dan perluasan komunikasi untuk mendapat manfaat dari kegiatan Muslimat Dewan Dakwah.”
8. Dalam konteks ilmu komunikasi sebenarnya strategi komunikasi Muslimat Dewan Dakwah, cocoknya model komunikasi apa yang harus dilakukan?
“Tentu tidak semua strategi komunikasi atau modelnya dapat diterapkan pada semua lapisan, akan tetapi perlu pemetaan komunikasi, situasi psikis, media dan lain sebagainya. Hemat saya bahwa untuk kebutuhan saat ini, maka perlu pendekatan komunikasi transaksional dan komunikasi interaksi.”



Peneliti (kiri) foto bersama Ketua Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara Prof DR. Arlinda Sari Wahyuni, M.Kes, usai melakukan wawancara, Kamis 12 Desember 2019).



Peneliti (kanan) saat melakukan wawancara dengan Sekretaris Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara Hj. Amelia Zuliyanti, Kamis 2 Januari 2020.



Peneliti (kanan) Kamis, 13 Februari 2020 saat melakukan wawancara kepada Mantan Ketua Muslimat Dewan Dakwah Sumatera Utara Prof. Lusiana Andriani Lubis, MA, P.h.D

BIODATA PENELITIAN

Nama : Yakhman Hulu, S.AG
Tempat/Tgl Lahir : Fowa, 05 Juli 1973
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Status Perkawinan : Kawin
Kegemaran : Badminton
Alamat Rumah : Jln. Selamat Ujung Gg. Ikhlas No.12 Kelurahan Sitirejo II
Kecamatan Medan Amplas Kota Medan Provinsi
Sumatera Utara
Nomor *handphone* : 082363391932



Orang Tua

Ayah : Mahaya Hulu (Alm)
Ibu : Nur Asiba Zai (Almh)

Mertua

Ayah Mertua : Hasan Basri
Ibu Mertua : Ramlah

Istri : Juraida

Anak : M. Rizki hanif Hulu
Aisyah Husna Az-Zahra Hulu
M. Ridwan Hafiz Hulu

Pendidikan

Sekolah Dasar (SD)	: SD Idanotae	Tahun 1986
Sekolah Menengah Pertama (SMP)	: SMP Simanaere	Tahun 1989
Sekolah Menengah Atas (SMA)	: SMA P. Sidimpuan	Tahun 1992
Perguruan Tinggi		
	S1: Fakultas Dakwah PPAI IAIN SU	Tahun 1998
	S2: Magister Ilmu Komunikasi UMSU Medan	Tahun 2017

Karir

1. Ka. KUA Kec. Medan Maimun	Gol III d	(2020)
2. Ka. KUA Kec. Idanogawo	Gol III c	(2015)
3. Ka. KUA Kec. Gido	Gol III a	(2008)
4. Ka. KUA Kec. Mandrehe	Gol III a	(2007)
5. Penyuluh Agama	Gol III a	(2006)

Organisasi

No	Organisasi	Jabatan	Periode
1.	KAHMI Gunungsitoli	Ketua	2017-2022
2.	MUI Kab. Nias	Ketua	2004-2008
3.	BKPRMI Kab. Nias	Pimpinan	2004-2008
4.	Himpunan Mahasiswa Islam Kota Medan	Sekretaris Umum	1995-1996
5.	Himpunan Mahasiswa Jurusan PPAI Fak. Dakwah IAIN SU	Sekretaris	1993-1994
6.	Himpunan Mahasiswa Muslim Nias Kota Medan	Anggota	1994-1997