Strategi Komunikasi Partisipatif Dakwah Pada Komunitas FSRMM Riau Pada Generasi Muda Masyarakat Pekanbaru Riau

NASKAH PUBLIKASI

Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam

Oleh:

M. Hafidz Hasan 14321125

Puji Hariyanti S.Sos.,M.I.Kom.

NIDN 0529098201

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2018

Naskah Publikasi

Strategi Komunikasi Partisipatif Dakwah Pada Komunitas FSRMM Riau Pada Generasi Muda Masyarakat Pekanbaru Riau

Disusun oleh:

M.Hafidz Hasan

NIM. 14321125

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada: 15 AUG 2018

Dosen Pembimbing Skripsi,

Puji Hariyanti S.Sos.,M.I.Kom.

NIDN 0529098201

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
YOGYAKARTA

Muzayin Nazaruddin, S.Sos., M.A.

NIDN 0516087901

i

Strategi Komunikasi Partisipatif Dakwah Pada Komunitas FSRMM Riau Pada Generasi Muda Masyarakat Pekanbaru Riau

M.Hafidz Hasan

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII,

menyelesaikan studi pada tahun 2018

Puji Hariyanti

Staf pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

ABSTRACT

This study aims to look at the participatory da'wah communication strategy with the aim of the younger generation who have been very utilizing social media as the main reference in finding various information needed. Likewise in the world of da'wah. Through social media, all da'wah content can be increasingly known and understood by all people, without limited space and time.

Research is carried out through qualitative methods because it can present accurate findings and provide a picture of the community that is used as the object of research. The informant selection technique uses purposive sampling with in-depth interviews with resource persons consisting of community activists and the target of da'wah.

The results of this study indicate that the phenomenon of this participatory da'wah communication strategy is very influential in educating young people. Through the delivery of da'wah that is formed creatively and innovatively, the strategy of disseminating this mission continues to be effective and continuous in spreading the messages of da'wah based on the Qur'an and Hadith.

Through the planning of participatory da'wah communication strategies that prioritize cooperation and cohesiveness, there will also be a form of implementation of the da'wah strategy that runs smoothly as expected. The use of social media continues to be used as a unifying step for the people to remain under the auspices of Allah SWT, and continue to prove to the world that Islam is a rahmatan lil 'alamin religion.

Keywords: FSRMM Pekanbaru, communication strategy, da'wah, participatory, community, social media.

Pendahuluan

FSRMM merupakan salah satu komunitas yang berfokus pada bidang dakwah islam ini juga terbentuk karena menyoroti bagaimana penurunan penerapan *akhlakul karimah* pada kalangan remaja yang ada di Pekanbaru. Dampak penurunan kualitas akhlak pada kalangan pelajar yang kuat terkait dengan segala macam bentuk permasalahan sosial sehingga sering menjadi pemberitaan dalam surat kabar.

FSRMM Riau juga tidak ketinggalan dengan perkembangan zaman pada era digital saat ini. Dengan terus ikut serta dalam pemanfaatannya, maka komunitas juga terus menjadikan media sosial sebagai ladang media dakwah secara konsisten pada tiap harinya. Yaitu dengan terus membuat konten-konten dakwah didalam media sosial yang bersifat menyejukkan hati seluruh umat dan juga mengajak agar terus membenahi diri.

Turut aktif dalam berbagai kegiatan sosial juga menjadi fokus utama komunitas ini agar terus dapat menjalin hubungan yang baik dengan seluruh masyarakat terkhususnya wilayah Sumatera Barat. Menggelar wisata religi, menjalanakan program *i'tikaf,* serta penggalangan dana bagi yang membutuhkan. (sumber:fsrmm.com, akses 2 April 2017)

FSRMM Pekanbaru juga terus berupa terjun di masyarakat dengan cara membuat kerjasama program-program dakwah dengan komunitas dakwah lainnya yang berada di Pekanbaru. Dimana dari kerjasama tersebut, dapat menambah kepercayaan kepada masyarakat mengenai perkembangan komunitas dakwah yang dikelola oleh anak-anak muda.

Ditengah-tengah gambaran pergaulan para remaja yang masih banyak tidak peduli dengan agamanya, masih terdapat pula remaja-remaja yang terus berupaya menegakkan syariat Islam dengan sebaik-baiknya. Karena pada saat remaja pula agama sangat penting dijadikan sebagai penengah dalam seluruh bentuk aktivitas didalam kehidupan. Menjadikan agama sebagai acuan utama dalam segala hal akan terus menerus menjadikan hal tersebut sebagai kebiasaan yang baik dan terus berdampak positif kedepannya disaat yang sama akan terus beranjak hingga dewasa.

Oleh karena itu, sudah seharusnya seluruh anak-anak muda agar tidak lupa membentengi diri dengan kekuatan iman agar tidak terjebak dengan pergaulan bebas kedepannya yang dapat menyerang siapa saja, kapan saja, dan dimana saja.

Dari latar belakang yang sedah dijelaskan sebelumnya, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi partisipatif dakwah pada komunitas FSRMM (Forum Silaturrahmi Remaja Masjid Muthaminnah) pada generasi muda masyarakat Pekanbaru Riau?
2. Apa saja faktor-faktor penghambat dan pendukung dalam strategi komunikasi partisipatif dakwah FSRMM Pekanbaru Riau?

A. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi partisipatif dakwah pada komunitas FSRMM (Forum Silaturrahmi Remaja Masjid Muthaminnah) Pekanbaru Riau pada generasi muda masyarakat Pekanbaru Riau.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat dan pendukung dalam strategi komunikasi partisipatif dakwah FSRMM Pekanbaru Riau.

B. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk dapat memperkaya penelitian dalam program studi Ilmu Komunikasi dalam mengetahui strategi komunikasi dakwah partisipatif pada komunitas FSRMM (Forum Remaja Masjid Muthmainnah) Polda Riau pada generasi muda msuarakat Pekanbaru Riau.

2. Manfaat Praktis

Menjadi informasi dan evaluasi bagi FSRMM Pekanbaru Riau agar terus memperluas dakwah sebagai salah satu kebutuhan seluruh masyarakat yang ada didaerah tersebut, khususnya bagi generasa muda yang akan menjadi penerus pedakwah (da'i) dan juga menjadi pemimpin bagi bangsa Indonesia di masa depan.

Penelitian yang diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis dalam kajian Ilmu Komunikasi. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi program studi Ilmu Komunikasi sebagai referensi penelitian selanjutnya.

C. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

a. "Komunikasi Dakwah Partisipatif Ala Komunitas Online ONE DAY ONE JUZ (ODOJ)" oleh Puji Hariyanti (Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia).

Peneltian ini menggunakan analisis isi kuantitatif dengan tipe deskriptif. Analisis ini menggambarkan secara detail melalui deskripsi isi pesan-pesan dalam komunikasi komunitas dakwah *online*. Analisis isi kuantitatif deskriptif dipakai untuk menjawab pertanyaan *what*, *how*, dan *to whom* dari suaut proses komunikasi.

Pertanyaan *what* berkaitan digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai apa isi dari suatu pesan, tren, dan perbedaan pesan pada setiap komunikator. Pertanyaan *how* untuk menggambarkan teknik-teknik pesan. Pertanyaan *to whom*, untuk menggambarkan pesan yang ditujukan kepada khalayak yang berbeda.

Perbedaan yang didapat dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Puji Hariyanti berfokus kepada bagaimana suatu pesan dakwah tersebut dikelola oleh komunitas dakwah dalam suatu ruang obrolan aplikasi *chating*.

Pesan-pesan dakwah tersebut berisikan tentang berbagai macam info kajian atau tafsir ayat-ayat Al-Qur'an, kajian hadits, *shirah* sahabat Nabi, dan pengetahuan seputar Islam lainnya yang diproduksi, dikonsumsi, dan didistribusikan oleh komunitas dakwah dalam suatu ruang aplikasi *chating.*

Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh penulis sendiri yaitu bagaimana isi pesan mengenai dakwah Islam didalam aplikasi *chating* tersebut bukan hanya sebatas diproduksi, dikonsumsi, dan didistribusikan dalam ruang obrolan aplikasi *chating* saja. Akan tetapi, akan disebarluaskan di berbagai media sosial milik komunitas FSRMM Pekanbaru agar pesan dakwah tersebut dapat lebih luas dimengerti dan dipahami oleh seluruh masyarakat.

b. **"Aplikasi Strategi Komunikasi Dakwah Terhadap Tingkat Partisipasi Jama'ah Ikatan Da'i Indonesia (IKADI) Jember Jawa Timur" oleh Thalitha Sacharissa Rosyidiani (Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2013**.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survey, yaitu melalui meneliti populasi yang relatif banyak dengan cara menentukan sampel yang

merepresentasikan populasi yang akan diteliti. Metode survey ini juga dilakukan dengan menyebarkan kuisioner.

Strategi yang diterapkan banyak dipengaruhi oleh faktor narasumber, tema, konten acara atau kegiatan, publikasi pada media sosial, waktu yang tepat, serta penyediaan sarana dan prasarana. Keaktifan jama'ah dilihat dari seberapa besar pesan dakwah yang dapat diterima oleh seluruh jama'ah, kehadiran jama'ah, partisipasi jama'ah pada seluruh kegiatan IKADI Jember, partisipasi jama'ah dalam berinfaq materi, dan partisipasi jama'ah dalam mengajak orang lain.

IKADI Jember menggunakan metode differensiasi, segmentasi, *passioning*, dan *branding* dalam perencanaan. Serta pada saat operasionalisasi, menggunakan strategi pemilihan kalimat atau etika komunikasi, strategi *top-down*, dan strategi iqro'(dokumentasi).

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Thalitha Sacharissa Rosyidiani dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis sendiri yaitu pada cakupan bentuk penerapan strategi partisipatif dakwah komunitas yang berfokuskan pada satu media sosial melalui pemanfaatan salah satu media baru, yaitu Instagram.

c. "Metode Dakwah Para Da'i Dalam Penyampaian Pesan-Pesan Keagamaan Di Kecamatan Lampihong Kabupaten Balangan" oleh Lina Karlina (Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin) pada tahun 2016.

Penelitian ini dilandasi pemikiran bahwa metode dakwah sangat diperlukan setiap da'i untuk menghadapi manusia yang berbagai ragam bentuk, latar belakang dan status sosialnya, karena itu diperlukan berbagai macam cara serta perangkat lainnya yang dirasa mampu untuk menunjang dan mewujudkan apa yang ingin dicapai dalam dakwah islam. .

Sumber datanya terdiri dari responden dan informan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah observasi, wawancara, dan dokumenter.

Perbedaan penelitian oleh penulis sendiri dengan penelitian oleh Lina Karlina adalah selain meneliti salah satu strategi komunitas melalui pemanfaatan media baru, penelitian juga dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan sebuah komunitas melalui pemanfaatan media baru tersebut melalui komunikasi dakwah partisipatif yang terjadi di dalam komunitas tersebut.

d. "Masjid Sebagai Pusat Dakwah Islam (Studi Tentang Aktifitas Dakwah di Masjid Agung Jawa Tengah)" oleh Muhammad Muhadi (Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang) pada tahun 2015.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja aktifitas dakwah Islam di Masjid Agung Jawa Tengah, faktor pendukung dan penghambat aktifitas dakwah Islam di Masjid Agung Jawa Tengah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, pengumpulan data dilakukan dengan metode interview, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas di Masjid Agung Jawa Tengah banyak dan padat berdasarkan bidang-bidang yang ada, yaitu Bidang Peribadatan dan Bidang Pendidikan.

Perbedaan penelitian oleh penulis sendiri dengan penelitian oleh Muhammad Muhadi adalah pada strategi dakwah oleh penulis sendiri yaitu melalui strategi komunitas memanfaatkan media sosial sebagai sarana menyebarluaskan seluruh dakwah-dakwah Islam kepada ruang lingkup masyarakat yang luas (eksternal) bukan hanya sebatas internal saja.

e. "Metode Dakwah Bagi Masyarakat Pedesaan (Studi Kasus di Desa Candi Kecamatan Ampel Kabupaten Boyolali)" oleh Ismail (Jurusan Tarbiyah Program Studi Pendidikan Agama Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga) pada tahun 2010.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dan menggunakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara dengan para narasumber dan observasi di lapangan. Proses analisis yang digunakan dalam penelitian ini melalui reduksi data, penyajian data kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.

Metode dakwah yang tepat untuk diterapkan pada masyarakat Desa Candi Kecamatan Ampel Kabupaten Boyolali adalah dengan metode ceramah (mauidzoh hasanah), tanya jawab (jadilhum billati hiya ahsan), dan pemberian contoh yang baik (uswatun hasanah).

Perbedaan penelitian oleh penulis sendiri dengan penelitian yang dilakukan Ismail yaitu melalui cara dalam menyebarkan dakwah. Oleh penulis sendiri, seluruh dakwah Islam disandingkan dengan penggunaan media sosial yang tidak terbatas dan dapat dilihat oleh seluruh kalangan masyarakat.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ismail yaitu ruang lingkup penyampaian dakwah-dakwah Islam yang disampaikan hanya sebatas bagi masyarakat Desa Candi itu sendiri.

f. "Strategi Dakwah Pondok Pesantren Mu'allimin Rowoseneng Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung Jawa Tengah" oleh Muhammad Abduh Muttaqin (Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta) pada tahun 2009.

Penelitian yang dilakukan secara kualitatif dengan cara observasi, interview, dokumentasi, dan analisis data pada Pondok Pesantren Mu'allimin. Strategi dakwah yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Mu'allimin kepada masyarakat Rowoseneng dan sekitarnya adalah dengan cara melakukan identifikasi masalah yang ada, diteruskan dengan merumuskan dan mengadakan pemecah masalah tersebut, lalu menetapkan strategi pemecahan, dilanjutkan dengan mengevaluasi hasil implementasi yang diterapkan.

Kemudian diteruskan terhadap aplikasi strategi dakwah yang dititik beratkan pada bidang-bidang tertentu untuk mempermudah dalam pencapaian tujuan dakwah yang dilakukan antara lain bidang keagamaan, bidang pendidikan dan pengajaran, bidang sosial masyarakat, dan bidang *ukhuwah islamiyah*.

Perbedaan penelitian oleh penulis sendiri dengan penelitian oleh Muhammad Abduh Muttaqin adalah melalui bagaimana bentuk strategi dakwah yang dikelola dan dibentuk berdasarkan masalah sosial.

Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh penulis sendiri yaitu berfokuskan kepada bagaimana strategi penyampaian dakwah tersebut bukan hanya dapat diterima oleh suatu ruang lingkup masyarakat saja, tetapi dapat diterima bagi seluruh element masyarakat melalui kegiatan dakwah yang langsung terjun dimasyarakat maupun dunia maya di media sosial.

g. "Strategi Dakwah Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Anak Muda (Studi Kasus di Majelis Agama Islam Wilayah Pattani Thailand) oleh Miss Patimoh Yeemayor (Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang) pada tahun 2015.

Masyarakat Pattani adalah masyarakat mayoritas agama Islam dan fanatik terhadap agamanya dan kebudayaan Melayunya. Dengan keberadaan Pattani di Thailand Selatan sekarang ini, dibawah rezim Siam. Dalam pemahaman tentang agama kebanyakan anak muda di Pattani Thailand Selatan saat ini tidak memperdulikan

betapa pentingnya pendidikan agama bagi mereka, Pemahaman anak muda di Pattani Thailand Selatan terhadap agama itu cukup sempurna dengan solat lima waktu, puasa bulan ramadhon, ibadah haji, dan pakaian rapi (lelaki pakai celana panjang dan wanita pakai kerdung).

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Untuk mendapatkan data yang valid, penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara, dokumentasi dan observasi. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Setelah data-data terkumpul maka penulis menganalisis dengan metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Selain itu terdapat cara dakwah dengan metode pendekatan dan partisipasi dengan petugas Majlis Agama Islam Wilayah Pattani seperti mensosialisasikan agama kepada anak muda dalam bentuk ceramah agama, kegiatan-kegiatan.

Perbedaan penelitian oleh penulis sendiri dengan penelitian terdahulu adalah melalui bentuk penerapan strategi dakwah yang disampaikan bukan hanya melalui kegiatan keagaamaan dilingkungan saja, akan tetapi juga melalui pemanfaatan media baru sebagai sarana menyebarluaskan dakwah.

2. Kajian Teori

a. Perencanaan & Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dakwah didalam suatu komunitas merupakan perpaduan dari perencanaan komunikasi yang sudah ditetapkan sebelumnya, demi memperoleh hasil strategi komunikasi sesuai dengan yang sudah direncanakan.

Dalam buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi oleh Hafied Cangara (2013:45), John Middleton (1978) mengungkapkan bahwa perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan tertentu diatas individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi.

Operasional secara baik membuat pelaksanaannya dapat dilakukan sesuai dengan kondisi yang akan didapatkan pada saat penerapan di dalam komunitas. Menurut Middleton (1980) didalam buku Hafied Cangara, Perencanaan dan Strategi Komunikasi (2013: 61), definisi strategi komunikasi yaitu suatu kombinasi dari elemen-elemen komunikasi seperti komunikator pesan, saluran (media), penerima

pesan dan selanjutnya akan menimbulkan pengaruh (efek) untuk mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan.

Tujuan dari penerapan strategi komunikasi itu sendiri juga untuk membuat seluruh pesan yang di terima oleh komunikan akan dapat di mengerti secara jelas yang selanjutnya akan menjadikan pesan-pesan yang bernilai baik tersebut sebagai bentuk penerapan di dalam kehidupan. Hal ini juga menjadikan kegiatan dari pelaksanaan strategi komunikasi yang sukses sebagai bentuk dukungan moral yang berguna di dalam diri komunikan.

Dengan kata lain, dikutip dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek oleh Onong Uchjana Effendy (2009:32) mengungkapkan bahwa terdapat tiga tujuan sentral dalam strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D.Peterson, dan M.Dallas Burnett dalam bukunya *Techniques for Effective Communication*, yaitu *to secure understanding*, yaitu memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya, *to establish acceptance*, yaitu ketika pesan tersebut sudah dimengerti maka penerimaan atas pesan tersebut selanjutnya dibina, dan *to motive action*, yaitu kegiatan tersebut dimotivasikan jika pesan sudah dibina dengan baik.

b. Komunikasi Dakwah

Menurut Ahmad Mubarok (1999) dalam buku Psikologi Dakwah oleh Wahyu Ilaihi (2010:24) mengungkapkan dalam komunikasi dakwah seluruh pesan komunikasi sangat memanfaatkan penyampaian yang sangat maksimal yang bersifat verbal ataupun non-verbal. Dengan tujuan dapat merubah perilaku kearah yang lebih baik.

Drs. R. Agus Toha Kuswata. SKM dan R.UU Kuswara Suryakusumah. BA dalam bukunya Komunikasi Islam Dari Zaman ke Zaman juga menyampaikan ada tiga hal yang pokok dan terpenting dari tujuan itu :

1. Mengajak manusia seluruhnya agar menyembah kepada Allah Yang Maha Esa, tanpa mempersekutukannya dengan sesuatu, dan tidak pula ber-Tuhan selain Allah SWT (An-Nisa ayat 36).
2. Mengajak kaum muslimin agar mereka ikhlas beragama, karena Allah SWT, menjaga agar amal perbuatannya jangan bertentangan dengan iman (Al-Kahfi ayat 103, 104, dan 105).

3. Mengajak manusia untuk menerapkan hukum Allah SWT yang akan mewujudkan kesejahteraan dan keselamatan bagi umat manusia seluruhnya (Al-Maidah ayat 44, 45, dan 47).

c. Dakwah Partisipatif

Menurut Oemi Abdurrachman (2001) dalam bukunya Dasar-dasar *Public Relations* terdapat metode partisipasi untuk dapat mempengaruhi objek, yaitu metode partisipasi. Metode partisipasi adalah mengikutsertakan seseorang atau publik ke dalam suatu kegiatan agar timbul saling pengertian dan saling menghargai di antara mereka. Dalam pidato persuasif, maka kegiatan pidato seharusnya mampu melibatkan audiens secara aktif.

Seorang mubaligh sebagai komunikator harus berusaha menciptakan situasi yang komunikatif antara dirinya dan audiens. Dengan demikian, pembicaraan tidak terkesan monoton, dan audiens akan merasa lebih dihargai jika terjadi interaksi yang positif.

d. Dakwah Islam

Menurut Dr. H. Budiharjo (2007:27), yang dimaksud dengan dakwah islam yaitu ajakan agar mau memeluk, mempelajari dan mengamalkan agama secara sadar atau seruan kepada orang lain untuk mengembangkan potensi fitrah yang didimiliki pada setiap diri manusia dan berguna untuk memperoleh kehidupan di dunia maupun akhirat.

Dakwah adalah pijakan perjuangan yang dilakukan oleh para Rosul- utusan Allah untuk menata kehidupan manusia sesuai dengan kehendak Allah SWT. Dakwah itupulalah yang wajib dijadikan pijakan oleh para pelanjut, penerus dan pembela Rosulullah saw.

Dalam situasi kehidupan yang selalu melihat dari seluruh sudut pandang, seluruh pergerakan dakwah memegang peranan penting sebagai salah satu cara menjaganya kekokohan akan toleransi. Dengan catatan bahwa kiblat akan tempat penyampain dakwah yang terus berfokus pada masjid-masjid yang tersedia diseluruh daerah harus terus membuat komunitas-komunitas dakwah juga harus terus ditumbuhkembangkan oleh masyarakat sekitarnya.

e. Komunitas

Menurut Rulli Nasrullah (2012:138), terbentuknya suatu komunitas dapat melalui mendekati dari sekelompok orang, saling berinteraksi antara anggota kelompok karena kesamaan suatu kebutuhan maupun tujuan dalam diri. Selain itu juga

saling terbuka dengan wilayah yang lebih luas dan tergabung dengan kelompok dengan ‘satu rasa’ kembali.

Dengan demikian, karena beberapa kesamaan tersebut dengan hanya menunggu selang beberapa hari kedepan makan suatu komunitas akan terbentuk tanpa alasan suatu kepentingan yang ‘saling memanfaatkan’ untuk hal-hal yang buruk. Kebutuhan yang sama dalam setiap individu kelompok akan mempererat sikap saling membangun antara satu dengan yang lain.

f. Teori Media Baru

Membedakan media melalui seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Media lama lebih menekankan kepada penyebaran informasi yang mengurangi adanya peluang interaksi. Littlejohn dan Foss (2014:413) mengungkapkan bahwa dengan semakin banyaknya pemanfaatan media baru yang digunakan pada seluruh elemen masyarakat, persebaran akan informasi seluruh pesan yang dibutuhkan akan lebih efekti, cepat, serta interaktif. Maka dari itu, terciptanya pehaman baru bahwa dalam melaksanakan bentuk komunikasi baik itu antar individu, antar kelompok, dsb akan lebih sempurna jika dilakukan dengan memanfaatkan media baru.

Melalui *Word Wide Web*, keterbukaan akan segala macam informasi menjadikan seluruh isi pesan yang akan disampaikan juga semakin cepat disebarluaskan pada berbagai elemen masyarakat dan juga meluas akan ruang lingkup penyebarannya (fleksibel dan dinamis).

Maka dari itu, seluruh informasi yang sudah disampaikan akan semakin dapat untuk lebih dikembangkan dan didapat pengetahuan baru lagi. (Littlejohn dan Foss (2014:413)). Akan tetapi, dengan semakin bebasnya konsumsi pesan jika tanpa ada pengawasan yang baik, media baru juga mengakibatkan kerugian yang banyak.

Bentuk-bentuk kerugian tersebut yang mengacu kepada individu yang tidak dapat membentuk isi pesan yang dikelola secara baik dan positif sebelum pada akhirnya seluruh pesan tersebut melakukan penyebaran di seluruh masyarakat.

g. Teori Khalayak Aktif

Dalam komunikasi massa, dikenal teori khalayak aktif. Mark Levy dan Sven Windahl (1985:110) menyatakan, penggunaan media di motivasi oleh kebutuhan dan

tujuan yang didefinisikan anggota khalayak itu sendiri, dan bahwa partisipasi aktif dalam proses komunikasi dapat memfasilitasi, membatasi atau mempengaruhi kepuasan serta efek yang diasosiasikan dengan ekspos.

Teori khalayak aktif awalnya lahir dari pendekatan *uses and gratification*. dalam mengkonsumsi media, bila merujuk pada pendekatan ini, khalayak aktif memutuskan apakah efek media tertentu memang mereka inginkan dan berupaya meraih efek tersebut.

Dengan demikian, maka diperoleh gagasan dasar bahwa sebenarnya khalayak mengerti apa isi media, media mana yang menurut mereka bisa gunakan untuk memenuhi kebutuhannya, dan sangat jelas bahwa publik memilih dan menonton sebuah program dengan sadar dan didasari oleh keinginan sendiri.

h. Teori Kredibilitas Komunikator

Menurut Jalaludin Rakhmat (2005:260) dalam bukunya Psikologi Komunikasi menerangkan bahwa terdapat keperluan-keperluan yang dibutuhkan dan ditanamkan pada dalam diri seorang komunikator. Agar kepercayaan dari seluruh komunikan atas seluruh pesan yang akan disampaikan dapat terwujud dan terlaksanakan dengan sebaik-baiknya.

> *"komponen-komponen kredibilitas adalah **Keahlian**, adalah kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator dengan hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang tinggi pada keahliannya dianggap cerdas, mampu, ahli, berpengalaman, dan terlatih. Dan juga **Kepercayaan**, yaitu kesan komunikan tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya (Jujur atau tidak jujur, tulus atau lancung, dan sebagainya)"*(Jalaludin Rakhmat (2005:260)).

i. Teori Khalayak Kepala Batu

Dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Politik, Anwar Arifin (2003:46) mengungkapkan bahwa teori khalayak kepala batu ini menjelaskan bahwa khalayak justru memiliki pikiran dengan daya ingat yang kuat dan sama sekali tidak "pasrah" selama proses komunikasi dimulai hingga selesai.

Itulah sebabnya teori ini tetap relevan dan mampu menciptakan komunikasi yang efektif. Teori ini juga lebih memusatkan perhatian kepada efek afektif dan behavioral. Awal munculnya teori yang dikembangkan oleh Raymond Bauer (1973) yaitu pakar psikologi yang mengkritik tentang gambaran keadaan masyarakat sebagai robot yang pasif. Masyarakat hanya mengikuti pesan yang telah disampaikan apabila dapat memberi suatu keuntungan atau pun memenuhi kepentingan dan kebutuhan masyarakat.

D. Metode Penelitian

1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Peneliti memilih penelitian kualitatif karena akan dapat menghadirkan temuan yang akurat dan memberikan gambaran komunitas yang dijadikan sebagai objek penelitian. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian fenomenologi, yaitu sebagai suatu gejala yang nampak di masyarakat.

Dalam penelitian ini gejala dakwah yang semakin terlihat melalui komunikasi dakwah secara partisipatif oleh karena itu peneliti memilih fenomenologi sebagai metode penelitian.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2017-Desember 2017 dan penelitian ini juga dilakukan di daerah Pekanbaru Riau dikarenakan lokasi objek penelitian yang terletak didaerah tersebut.

3. Narasumber Penelitian

Narasumber penelitian ini adalah seluruh elemen komunitas FSRMM Riau (internal maupun eksternal), internal komunitas seperti seluruh anggota pendiri dan pengurus komunitas FSRMM Riau, dan eksternal komunitas seperti seluruh jama'ah aktif dalam pengajian komunitas, baik di masjid maupun yang menyaksikan melalui *streaming* komunitas.

Dengan Tekhik pemilihan narasumber menggunakan *Purposive Sampling* yaitu narasumber bukan dipilih secara acak melainkan sudah di tentukan oleh peneliti.

4. Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data adalah cara-cara yang dapat digunakan si peneliti untuk mengumpulkan seluruh data yang sudah ada. Pengumpulan data yang digunakan

adalah kuesioner dan seluruh pengambilan data ditujukan kepada jama'ah FSRMM Riau.

a. Wawancara

Cara ini untuk mendapatkan data-data dengan melakukan wawancara secara langsung dengan orang-orang yang merupakan sumber keterangan dan mengetahui kondisi lapangan. Seperti seluruh anggota internal dan eksternal komunitas FSRMM Riau.

b. Observasi

Observasi guna mengamati komunitas FSRMM secara langsung dan juga media sosial. Observasi yang dilakukan di media sosial akan dilakukan dengan melihat akun milik komunitas FSRMM Riau seperti Facebook, Instagram, Twitter dan Youtube dengan nama FSRMM Riau .

Selain itu juga melalui website komunitas di alamat fsrmm.com, sedangkan observasi langsung akan dilakukan saat pengambilan data dengan mengamati kegiatan kajian yang dilakukan komunitas FSRMM Riau dan juga kegiatan komunitas lainnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi guna mendukung data selama melakukan penelitian, yaitu dengan cara dokumentasi informasi dari internet dan secara langsung yang berhubungan kegiatan komunitas yang diambil di Pekanbaru Riau.

5. Analisis Data

Analisis data akan dilakukan secara kualitatif dengan menggabungkan konsep dengan kerangka teori. Kemudian, analisis data deskriptif sampai dengan kesimpulan. Data juga akan di analisis dengan melihat kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas dan konfirmabilitas. Pengujian atas kemurnian penelitian menggunakan metode triangulasi (perbandingan data).

Hasil dan penelitian

1. Realisasi penyampaian dakwah oleh FSRMM Pekanbaru

FSRMM memiliki banyak Ustadz/Ustadzah yang selalu memiliki beragam tema dakwah yang dapat diangkat pada setiap sesi kajian komunitas baik yang berbentuk khusus dilaksanakan oleh FSRMM saja maupun kajian Islam yang

berbentuk Tabligh Akbar yang biasanya dilakukan secara bersama-sama dengan komunitas dakwah yang lain terkhususnya berbasi di Pekanbaru sekitar.

Bentuk interpretasi dari beragam akan tema tersebut yang dijadikan sebagai bentuk kasih sayang dari Allah SWT bagi seluruh umat manusiakhususnya bagi seluruh Muslim, karena secara tidak langsung selalu memberikan petunjuk bahwa ini yang dimaksud dengan kalimat yang sering diucapkan dalam berbagai bentuk kajian diseluruh dunia, yaitu *rahmatan lil 'alamin*.

Karena balik lagi kepada tujuan utama selain terus memperluaskan dan memperkaya ilmu-ilmu tentang Islam, juga harus terus menjaga kekompakan dalam menyebarluaskan kebaikan dan juga saling menjadi pribadi yang bermanfaat satu sama lainnya.

Salah satu makna nyata dengan terus konsistennya bentuk realisasi akan berdakwah terus dapat mempersatukan hubungan seluruh umat yang sudah lama dalam kerenggangan. Karena secara tidak langsung dapat bertemu karena pelaksanaan kajian-kajian Islam yang di bentuk oleh komunitas di era digital saat ini.

2. Komunikasi Dakwah FSRMM

a. Komunikasi Dakwah

Selama penyampaian dakwah oleh komunitas, memiliki beberapa bagian dalam menyampaikan maksud dakwah yang ingin dibangun serta menjadi contoh dikehidupan bermasyarakat.

Mulai dari bentuk sikap yang ditunjukkan oleh seluruh anggota FSRMM kepada masyarakat yang sudah mencontohkan bagaimana pergaulan yang semestinya dilakukan menurut padangan Islam.

Selanjutnya, diteruskan dengan sikap dan lisan yang sopan dan santun dicontohkan pula melalui berbagai program dakwah yang akan dilaksanakan.

a.1. komunikator

Ada beberapa yang menjadi faktor penting pada setiap diri komunikator yang menjadi tolak ukur oleh FSRMM sebelum ditunjuk untuk menyampaikan materi dakwah, yaitu:

1. Daya tarik sumber

Komunikan bersedia taat pada isi pesan yang disampaikan oleh komunikator apabila komunikator ikut serta atas apa yang telah disampaikan, sehingga dengan kata lain komunikan merasa ada persamaan dengan komunikator. Disitulah seorang komunikator dikatakan berhasil karena dapat merubah opini, sikap dan perilaku komunikan.

2. Kredibilitas sumber

Seorang komunikator sangat diharapkan mampu memaksimalkan seluruh pengalamannya dalam dunia dakwah selama proses komunikasi dakwah sedang berlangsung hingga selesai dan juga selalu pandai dalam menempatkan dirinya sesuai dengan karakteristik audiens yang sedang ia hadapi.

Kredibilitas yang terdapat dalam diri sang Ustadz melalui banyak pengalaman dalam dunia dakwah, juga kedepannya secara tidak langsung akan membentuk ciri khas tersendiri pada benak para audiensnya berhasil melakukan komunikasi yang efektif.

Karena FSRMM memiliki suatu pandangan bahwa pada pergaulan remaja yang bebas ini tidak menutup kemungkinan bahwa Sang Ustadz juga dapat menyesuaikan atau menempatkan pada posisinya dalam menyampaikan ceramah sesuai dengan kondisi masyarakat zaman sekarang juga, seluruh ilmu-ilmu agama yang tertata secara santun dan elok untuk didengar oleh seluruh kalangan.

a.2. pesan

Untuk mendapatkan *feedback* positif atas pesan yang disampaikan kepada seluruh audiens (komunikan), FSRMM sudah mempunyai teknik komunikasi yang tepat sebelum diterapkan pada seluruh program-program dakwahnya. Yaitu, melalui pengkajian tujuan pesan pada saat komunikasi sedang berlangsung. Aktivitas penyampaian pesan selama komunikasi dakwah sedang berlangsung dikatakan berhasil jika pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dipahami secara benar oleh komunikan.

Untuk itu paling tidak ada dua hal yang berhasil di atur dengan sebaik mungkin oleh pihak FSRMM kepada sang Ustadz sebelum menyampaikan ceramahnya, yaitu:

a. Fokus pesan

b. Cara atau pendekatan dalam menyampaikan

Seluruh proses komunikasi akan terlaksana dalam seluruh bentuk program dakwah FSRMM yang sudah direncakan sebelumnya. Pesan dakwah yang disusun sedemikian mungkin agar dapat mudah dipakahami oleh seluruh audiens yang terbagi dalam tiga bagian, yaitu :

(1) kegiata dakwah melalui radio (media konvensional)

(2) kegiatan dakwah *offline* FSRMM seperti Kajian Rutin

(3) kegiatan dakwah *online* FSRMM seperti Dakwah yang di tampilkan secara *streaming (online)* di media utama komunitas FSRMM Pekanbaru seperti Facebook dan Instagram.

a.3. media

Pemilihan media komunikasi juga sangat menentukan keberhasilan efektifitas dan efisiensi komunikasi yang dilakukan, apakah media elektronik, media cetak, bisa juga melalui pamflet, poster, dan spanduk Dalam hal ini, FSRMM sangat memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian dakwah karena penggunaannya yang sangat fleksibel bagi seluruh kalangan tanpa batasan umur sekalipun.

Bentuk konten dapat berupa video dakwah dari komunikator yang sudah disusun dengan rapi, poster dakwah seputar info tentang pelaksanaan kajian pada hari-hari mendatang, dan juga keadaan kondisi terkini tentang seluruh kegiatan anggota FSRMM, seperti rapat rutin keanggotaan yang sedang dilaksanakan oleh komunitas.

Bentuk-bentuk bagian media tersebut dibagi menjadi 3 bagian, yaitu melalui media konvensional (radio), media baru *(new media),* dan Media *offline*.

1. **Media Konvensional (Radio)**

   Untuk wilayah Pekanbaru dan sekitarnya, FSRMM Pekanbaru bekerja sama dengan radio lokal yang berada di Riau, yakni RRI Pro II dan Radio Suska FM yang berada di UIN Sultan Syarif Kasim.

2. **Media Baru (*New Media*)**

   Kajian dakwah *online* ini merupakan seluruh program dakwah dari FSRMM, baik yang dilakukan di Masjid Muthmainnah, maupun di tempat lain. Seluruh *streaming* ceramah yang dilakukan bukan pada *homebase*

komunitas, merupakan bentuk kerjasama sesama komunitas dakwah dengan pihak FSRMM Pekanbaru.

Pada saat pelaksanaannya, kajian dakwah disajikan melalui *streaming* di Instagram, Facebook, & Youtube milik FSRMM Pekanbaru.

3. Media *Offline*

Sedangkan kajian yang dilaksanakan melalui *offline* yaitu kajian rutin di Masjid Muthmainnah yang merupakan program tetap komunitas tiap akhir pekan (Jum'at, Sabtu, dan Minggu). Dari ketiga hari tersebut akan diselangi dengan rapat rutin yang membahas tentang program yang sudah dilaksanakan.

a.4. komunikan

Terdapat beberapa cara berkomunikasi yang dilakukan oleh FSRMM agar dapat memahami karakter para hadirin yang turut hadir dalam kajian rutin yang dikelola oleh komunitas, yaitu:

1. Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran kita. Yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah:

a. Referensi komunikan

Yaitu sebelum pelaksanaan komunikasi mengenai seluruh isi pesan dakwah Islam dilakukan berdasarkan kesepakatan antara pihak komunitas dengan sang Ustadz melalui berbagai program dakwah, FSRMM selalu memerhatikan betul siapa saja audiens yang hadir pada setiap program-program dakwahnya.

Seperti, penyampaian dakwah dengan kondisi audiens yang lebih banyak dihadiri oleh anak-anak muda, maka isi konten penyampaian ceramah juga harus menyesuaikan sebagaimana dapat secara lugas dan jelas diterima oleh seluruh anak muda yang hadir tersebut.

Begitu juga sebaliknya, jika kebanyakan audiens yang hadir adalah orang tua, maka isi pesan akan dakwah juga kembali disesuaikan sebagaimana semestinya dengan tujuan agar seluruh isi pesan yang terkandung didalam ceramah dapat diterima oleh akal sehat dan dapat dipraktekkan didalam kehidupan.

b. Faktor situasi dan kondisi

Yang dimaksud dengan faktor situasi yaitu pada saat dalam moment ceramah sedang dilaksanakan, anggota FSRMM yang sudah bertugas sesuai dengan divisi kerjanya masing-masing, juga turut ikut serta memerhatikan bagaimana keadaan dilapangan, baik itu kegiatan dakwah yang dilaksanakan secara *indoor* maupun *outdoor*.

Dimana, faktor situasi ini juga sangat berdampak atas kelancaran terjadinya umpan balik yang ditimbulkan oleh seluruh audiens kepada penceramah pada saat itu.

Pada saat seperti ini juga, kecerdasan membaca situasi dari sang penceramah juga menjadi harapan agar mampu terus memberikan penyampaian ceramah yang membuat seluruh audiens tetap terus mengikuti alur cerita seluruh materi-materi yang dibawakannya.

Salah satu cara yang sering ditunjukkan oleh penceramah pada saat kondisi seperti ini yaitu melalui bentuk sikap bergerak mendekati beberapa audiensnya sambil melakukan beberapa komunikasi antar individu tersebut.

Dengan mengedepankan rasa saling mudah memahami akan pesan dakwah yang ingin disampaikan, FSRMM selalu memerhatikan betul pada saat menyeleksi komunikator yang tepat agar dapat mengutamakan kedua faktor penting ini. Selain mereka harus terus menjalankan program dengan sebaik dan serapi mungkin.

Maka dari itu, FSRMM selalu turut bergabung dengan masyarakat dan tidak hanya berfokus terhadap seluruh program dakwahnya. Dengan demikian, rasa saling pengertian dan saling menghargai secara partisipatif akan terus ditimbulkan antara audiens dengan pihak penyelenggara acara dakwah (FSRMM Pekanbaru) yang selanjutnya dapat turut mensukseskan secara bersama pada pelaksanaan program-program dakwah berikutnya.

Langkah tersebut membuat FSRMM terus nyaman dalam menyebarluaskan konten-konten dakwahnya. Dengan tetap mengedepankan rasa semangat berdakwah, berjiwa muda, dan selalu

mengutamakan rasa persaudaraan kepada seluruh umat tanpa harus membedakan satu sama lain, dan tanpa harus merasa terkekang melalui syariat-syariat Islam.

3. Komunikasi Partisipatif *(Feedback)* dari Masyarakat setelah mengikuti kajian FSRMM)

Terkait hal tersebut FSRMM terus berfokus melalui saluran apa saja pesan tersebut dapat disaksikan agar mencakup seluruh kalangan tanpa batasan sedikitpun. Yang pada akhirnya, bagaimana efek pesan yang ditimbulkan, apakah sesuai dengan yang sudah didiskusikan sebelumnya antara komunitas dengan sang komunikator atau sebaliknya, belum berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Proses-proses komunikasi tersebut diselaraskan dengan dakwah yang dijalankan secara mekanistis dan dikombinasikan *ala-ala* modern seperti bagaimana keinginan *anak zaman now* dan tidak ketinggalan oleh zaman.

Pihak FSRMM memiliki asumsi bahwa dalam komunikasi partisipatif dakwah ini, umpan balik antara komunikator dengan komunikan akan didapatkan jika bentuk strategi komunikasi dari komunitas dapat terus berhubungan dengan tema dakwah yang sudah dikemas dengan kreatif.

Selanjutnya, tinggal bagaimana eksekutor dari komunikator yang juga memiliki rasa ukhuwah islamiyah yang selalu menginginkan rasa persatuan dan kesatuan yang utuh kepada seluruh umat tanpa terkecuali juga non-muslim.

Hal inilah yang membuat FSRMM terus berfokus menyampaikan dakwah secara partisipatif karena penggunaan media yang sudah dimotivasi oleh kebutuhan dan tujuan yang didefinisikan setiap individu itu sendiri, dan akan didapat juga bahwa partisipasi yang selalu aktif dalam proses komunikasi tersebut dapat memfasilitasi, membatasi atau mempengaruhi kepuasan serta efek yang ditimbulkan.

Setiap individu yang tergabung secara partisipatif ini nantinya akan memutuskan apakah efek media tertentu memang mereka inginkan dan berupaya meraih efek tersebut.

Dengan demikian, maka diperoleh gagasan dasar bahwa sebenarnya khalayak mengerti apa isi media, media mana yang menurut mereka bisa gunakan untuk memenuhi kebutuhannya, dan sangat jelas bahwa publik memilih dan menonton sebuah program dengan sadar dan didasari oleh keinginan sendiri.

Masyarakat yang datang tidak lagi bersifat pasif karena kecenderungan memberikan *feedback* sebagai bentuk penerimaan oleh nalar pemikirannya. Segala macam informasi yang dapat memberi suatu keuntungan atau kebutuhan dalam kehidupannya.

Dengan kata lain, seluruh yang terlibat didalam komunikasi partisipatif dakwah oleh FSRMM Pekanbaru, sudah secara sadar akan kepuasan yang diinginkannya. Atas dasar kebutuhan rohani kemudian terciptanya Ideologi atau pandangan hidup berdasarkan ajaran agama Islam.

Bentuk dari komunikasi partisipatif dakwah inilah yang sudah tidak dapat dipungkiri lagi. Oleh karena itu, dalam bentuk komunikasi partisipatif dakwah FSRMM Pekanbaru, didapatkan tiga poin penting atas dasar bentuk pengaplikasian seluruh program dakwah yang telah terlaksana.

a. Penyampaian kembali

Dari hasil wawancara penulis dengan seorang *netizen* yang menjadi *followers* di Instagram FSRMM Pekanbaru didapat hasil bahwa kredibilitas Ustadz penceramah di FSRMM atas seluruh pesan dakwahnya sangat jelas asal-usulnya. Oleh karena itu, ia tidak tagu untuk *sharing* kembali kepada teman-temannya.

Selain itu, ia juga menyampaikan bahwa semakin banyaknya ia memahami ilmu dan hukum Islam tidak terlepas karena penyampaian ceramah oleh Ustadz yang mudah dipahami oleh seluruh kalangan, terkhusus bagi seluruh remaja yang berada di Pekanbaru.

b. *Re-post* info kajian FSRMM

Aktivitas re-post dalam bermedia sosial juga tidak luput dalam pemanfaatan media sebagai sarana dakwah. Aktivitas ini sering dilakukan di media sosial Instagram FSRMM.

Karena dengan semakin seringnya *re-post* ini dilakukan maka akan semakin banyak pula informasi mengenai program dakwah yang akan diketahui oleh masyarakat luas. Dengan fokus satu akun dakwah di media sosial Instagram FSRMM yaitu @fsrmmriau.

Dengan terus disebarluaskannya info-info kajian di seluruh media sosial FSRMM, audiens yang hadir pada saat kajian rutin tidak bisa dibilang sedikit

karena FSRMM adalah komunitas dakwah yang terus menyebarkan kebaikan melalui seluruh bentuk program dakwah yang kreatif dan inovatif.

c. Saling mengajak satu sama lain untuk mengikuti kajian di FSRMM

Salah satu bentuk menyebarkan info ceramah yang dilakukan oleh FSRMM Pekanbaru yaitu, video singkat *(short story)* yang berceritakan tentang tema yang akan dibawakan pada saat ceramah, melalui poster dakwah kreatif yang di posting pada media sosial Instagram dan Facebook, dan pastinya info ceramah melalui poster *re-post* oleh seluruh anggota FSRMM pada media sosialnya masing-masing.

Dengan demikian, seluruh audiens yang hadir pada kajian di Masjid Muthmainnah semakin lama juga semakin bertambah karena semakin banyaknya kesadaran anak muda di Pekanbaru akan pentingnya ilmu agama bagi kehidupan, dan juga karena gambaran keadaan diri sendiri yang juga tergantung dengan bagaimana ruang lingkup pergaulannya.

4. Komunitas Dakwah FSRMM Pekanbaru Riau

Komunitas dakwah FSRMM Pekanbaru Riau adalah salah satu komunitas dakwah yang selalu mengedepankan rasa ukhuwah islamiyah yang sangat kuat antara satu anggota dengan anggota lainnya yang tergabung didalam kepengurusan.

Dengan rasa keinginan yang sangat kuat akan "menghijrahkan" para remaja yang dinilai sudah sangat bebas dalam pergaulan, maka terbentuklah Forum Remaja Masjid Muthmainnah ini. Selain daripada itu juga ingin menunjukkan secara nyata bahwa Islam itu adalah agama yang benar-benar *"rahmatan lil 'alamin".*

Mulai dari pembuatan poster dakwah yang dikemas secara kreatif dan juga video pendek yang mengisahkan tema dakwah yang sedang diangkat dalam pelaksanaan program-programnya.

Sampai pada tahun 2018, FSRMM terus berbenah agar terus menjadi komunitas yang selalu bersahabat dengan seluruh masyarakat. Dengan saling berinteraksinya seluruh anggota yang berada di FSRMM, maka keharmonisan dan kekompakan akan terus terbentuk karena satu visi dan misi dalam menegakkan dakwah bagi kalangan anak muda di Riau.

Kebutuhan yang sama dalam setiap individu kelompok juga terus menjadikan FSRMM sebagai para penggerak-penggerak dakwah bagi anak muda Riau. Kondisi

seperti ini yang membuat eksistensi komunitas dakwah FSRMM Pekanbaru terus dikenal karena rasa satu kesatuan tanpa ada yang membedakan dengan lainnya.

Oleh karena itu, terdapat beberapa point penting yang menjadikan FSRMM Pekanbaru terus berkembang dalam menyebarkan ajaran Islam melalui komunikasi partsipatif dakwah ini, yaitu :

1. Seluruh keanggotaan yang tergabung memiliki visi dan misi yang sama dalam berdakwah.
2. Relasi antar sesama komunitas dakwah, baik yang berada di sekitar Pekanbaru maupun yang diluar kota (nasional) yang terus bertambah. Dan juga relasi dengan Lembaga Kemanusiaan seperti Aksi Cepat Tanggap dsb.
3. Tidak ada perbedaan jarak antar seluruh keanggotaan yang tergabung didalamnya. Mulai dari hubungan antara seluruh Dewan Pembina, hubungan antara Dewan Pembina dengan seluruh Divisi, maupun antar sesama Divisi.
4. Hubungan silaturahmi yang selalu terjaga dengan baik melalui agenda rapat yang selalu dilaksanakan pada tiap akhir pekan.
5. Saling mengisi satu sama lain dalam menyebarkan ajaran Islam melalui konten-konten kreatif diberbagai media sosial online dan radio dakwah lokal yang berada di Pekanbaru.
6. Seluruh konten yang dibuat dengan acuan melalui Al-Qur'an dan As-Sunnah.

5. Analisis SWOT Strategi Partisipatif Dakwah FSRMM Pekanbaru

A. Strength

1. Selalu memanfaatkan media sosial sebagai wadah penyampaian dakwah. Melalui pemanfaatan media sosial, FSRMM terus dapat menyebarluaskan seluruh konten-konten kreatifnya mengenai ajaran kebaikan sesuai dengan syariat-syariat dalam Islam.
2. Perencanaan komunikasi yang sangat baik. Sebelum penerapan seluruh bentuk strategi komunikasi partisipatif dilakukan, baik itu secara *offline* maupun *online*, seluruh keanggotaan yang tergabung didalam setiap divisi FSRMM Pekanbaru selalu melakukan rapat rutin yang dilaksanakan setiap akhir pekan di Masjid Muthmainnah Pekanbaru Riau membahas mengenai apa saja perencanaan mengenai dakwah yang akan dilakukan pada program-program berikutnya.

3. Selalu mengutamakan kekompakan anggota dalam menjalankan strategi komunikasi partisipatif dakwah. Dengan mengutamakan komunikasi yang baik antar seluruh anggota dan juga saling menguatkan rasa persaudaraan, program-program dakwah selalu diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan dan berdampak positif bagi masyarakat.
4. Desain visual mengenai konten dakwah yang sangat kreatif dan rapi. Untuk terus menarik minat masyarakat agar terus mengetahui seluruh program-program dakwahnya, konten-konten ceramah yang ditampilkan FSRMM Pekanbaru baik itu melalui video singkat, ceramah singkat, maupun poster dakwah, terus mengutamakan isi pesan yang tidak bertele-tele akan maksud pesan dakwahnya, mudah dipahami bagi seluruh kalangan, dan juga tetap mengedepankan tampilan video yang modern serta kreatif.

B. Weakness

1. Konsistensi konten ceramah yang masih kurang banyak pada akun FSRMMTV. Pada akun media sosial Instagram FSRMM Pekanbaru, memiliki dua akun *official,* yaitu @fsrmmriau dan @fsrmmtv. Karena masih terbatasnya anggota yang bertugas untuk membuat konten-konten kreatif dakwah, menjadikan akun @fsrmmtv jarang untuk mem*posting* seluruh potongan-potongan ceramah mengenai ajaran-ajaran Islam.
2. Tidak adanya target *posting* mengenai konten ceramah pada setiap harinya. Masih terbatasnya anggota yang bertugas sebagai management seluruh akun *official* komunitas ini menyebabkan tidak adanya target yang ditentukan pada setiap harinya.
3. Persebaran konten ceramah yang belum merata pada setiap aplikasi sosial seperti Telegram, Path, dan Twitter. Mengingat bahwa pada saat penulis melakukan wawancara pada salah satu penanggung jawab media sosial, bahwa belum meratanya persebaran seluruh konten-konten dakwah ini dikarenakan FSRMM yang akan terus berupaya mengejar ketertinggalan *update*-an mengenai konten dakwah yang sebelumnya sudah selesai direkan dan masih pada tahap *editing*. Dan dalam jangka waktu yang belum dapat ditentukan, FSRMM masih akan tetap fokus menyebarkan konten-konten dakwahnya melalui dua akun utama yang menjadi favorit digunakan oleh masyarakat, yaitu Instagram dan You Tube.

C. Opportunity

1. Penggunaan media sosial di seluruh element masyarakat menjadikan konten ceramah dapat disampaikan secara luas. Salah satu alasan FSRMM Pekanbaru tetap fokus menyebarkan seluruh konten dakwahnya melalui Instagram dan You Tube dikarenakan banyaknya peminat bagi kedua aplikasi tersebut dibandingkan media sosial lainnya pada era modern saat ini.
2. Kerjasama antar komunitas dakwah yang semakin luas membuat semakin banyaknya acara dakwah di setiap daerah. Dengan semakin kuatnya rasa persaudaraan pada setiap komunitas dakwah yang berada di Pekanbaru, FSRMM terus memiliki program-program dakwah baru yang saling bekerja sama dengan komunitas dakwah lainnya, seperti kerjasama dengan Ikatan Remaja Masjid Agung An-Nur yang lokasinya tidak terlalu jauh dari FSRMM Pekanbaru ini. Dengan demikian, semakin sering acara keagamaan dilakukan pada setiap bulannya di Pekanbaru.

D. Threat

1. Semakin banyaknya aplikasi media sosial yang membuat komunitas belum bisa menyebarkan konten-konten ceramah secara merata. Selain terbatasnya anggota yang fokus dalam urusan management akun komunitas, di era saat ini terus ditambah dengan bentuk media sosial baru lainnya seperti SnapChat, Viber, dan juga QZone. Hal tersebut, membuat FSRMM harus terus memiliki strategi dakwah yang lebih baik lagi kedepannya agar konten-konten dakwah tetap dapat tersebar diberbagai media sosial tersebut.
2. Inkonsistensi jumlah jamaah yang hadir pada saat pelaksanaan kajian rutin. Masih kurangnya penceramah-penceramah yang unik dan mudah dipahami akan isi ceramahnya dimata masyarakat menjadi salah satu alasan jamaah tidak selalu ramai hadir pada saat kajian-kajian rutin komunitas dilaksanakan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul "**Strategi Komunikasi Partisipatif Dakwah Pada Komunitas FSRMM Riau Dalam Mendidik Generasi Muda Masyarakat Pekanbaru Riau**", maka penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Memanfaatkan media media online sebagai sarana penyampaian dakwah, berupa konten, poster, dan juga *live streaming* kegiatan dakwah FSRMM.

2. Memanfaatkan media sosial untuk penyebaran informasi atau publikasi dakwah FSRMM.

3. Membuat perencanaan komunikasi dalam setiap kegiatan dakwahnya. Pada setiap musyawarah terkait program dakwah apa saja yang ingin di laksanakan, disetiap divisi FSRMM sudah memiliki tanggung jawab kerja berdasarkan divisinya masing-masing sebelum melaksanaan seluruh program-program dakwahnya baik yang bersifat *indoor* ataupun *outdoor*.

4. Menjalin relasi dengan komunitas dakah di tingkat lokal (Pekanbaru) dan nasional.

5. Terus melakukan kaderisasi pedakwah muda dari rohis di Pekanbaru.

6. Strategi komunikasi partisipatif dakwah yang digunakan sangatlah memanfaatkan media sosial sebagai fokus utama dalam berdakwah, media sosial yang digunakan seperti Instagram, Facebok, Youtube, WhatsApp, Telegram, dan juga radio. Strategi lain yang digunakan yaitu tindakan secara langsung seperti selama program dakwah sedang berlangsung seluruh anggota yang tergabung dalam menyukseskan acara dakwahnya turut bergabung secara merata dengan seluruh masyarakat agar terciptanya suasana yang harmonis antara pihak penyelenggara dengan seluruh audiensnya.

7. Dalam pelaksanaan strategi juga, terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat. Adapun faktor pendukung tersebut yaitu dalam penggunaan media sosial yang menjadi fokus utama FSRMM Pekanbaru dalam menyebarkan dakwah Islam. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat yaitu, belum mampunya menjangkau seluruh masyarakat yang berada di Pekanbaru Riau. Karena keterbatasan waktu dan jarak yang begitu jauh antara masyarakat yang ingin datang langsung untuk hadir dalam setiap program dakwah yang diselenggarakan oleh komunitas.

8. Dan pada analisis SWOT, faktor pendukung dapat dilihat dari point **Strength** dan **Opportunities**. *Strength*, Selalu memanfaatkan media sosial sebagai wadah penyampaian dakwah, Perencanaan komunikasi yang sangat baik, Selalu mengutamakan kekompakan anggota dalam menjalankan strategi komunikasi partisipatif dakwah, dan Desain visual mengenai konten dakwah yang sangat kreatif dan rapi. *Opportunities*, Penggunaan media sosial di seluruh element masyarakat menjadikan konten ceramah dapat disampaikan secara luas, dan Kerjasama antar komunitas dakwah yang semakin luas membuat semakin

banyaknya acara dakwah di setiap daerah. Sedangkan faktor penghambat dapat dilihat dari **Weakness** dan **Threat**. *Weakness*, Konsistensi konten ceramah yang masih kurang banyak pada akun FSRMMTV, Tidak adanya target *posting* mengenai konten ceramah pada setiap harinya, dan Persebaran konten ceramah yang belum merata pada setiap aplikasi sosial seperti Telegram, Path, dan Twitter. *Threat*, Semakin banyaknya aplikasi media sosial yang membuat komunitas belum bisa menyebarkan konten-konten ceramah secara merata, dan Inkonsistensi jumlah jamaah yang hadir pada saat pelaksanaan kajian rutin

Daftar Pustaka

Abdurrachman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.

Ardianto, E dan Komala, L. 2004. *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Balai Pustaka.

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Budiharjo. 2007. *Dakwah dan Pengentasan Kemiskinan.* Yogyakarta: Sumbangsih Press.

Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Effendy, Onong. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Kuswata, R. Agus, dan Suryakusumah, Kuswara. 1990. *Komunikasi Islam Dari Zaman ke Zaman.* Jakarta: Arikha Media Cipta.

Levy, Mark R. & Windahl, Sven. 1985. *The Concept of Audience Activity*. Beverly Hills: Sage.

Littlejohn, Stephen W & Karen A.Foss. 2014. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication) edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.

Muhadjir, Noeng. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif (ed. IV*). Yogyakarta: Penerbit Yake Sarasin.

Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana.

Rakhmat, Jalaludin, 2005. *Psikologi Komunikasi*. edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Jurnal dan Skripsi:

Hariyanti, Puji. "*Komunikasi Dakwah Partisipatif Ala Komunitas Online One Day One Juz (ODOJ)*". Seminar Nasional Ilmu Komunikasi Universitas Darussalam. Gontor. 2016.

Ismail. "*Metode Dakwah Bagi Masyarakat Pedesaan (Studi Kasus di Desa Candi Kecamatan Ampel Kabupaten Boyolali)*". Skripsi Sarjana, Jurusan Tarbiyah Program Studi Pendidikan Agama Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga. Salatiga. 2010.

Karlina, Lina. "*Metode Dakwah Para Da'i Dalam Penyampaian Pesan-Pesan Keagamaan Di Kecamatan Lampihong Kabupaten Balangan*". Skripsi Sarjana, Institut Agama Islam Negeri Antasari. Banjarmasin. 2016.

Muhadi, Muhammad. "*Masjid Sebagai Pusat Dakwah Islam (Studi Tentang Aktifitas Dakwah di Masjid Agung Jawa Tengah)*". Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang. 2015.

Muttaqin, Muhammad Abduh. "*Strategi Dakwah Pondok Pesantren Mu'allimin Rowoseneng Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung Jawa Tengah*". Skripsi Sarjana, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2009.

Rosyidiani, Thalitha Sacharissa. "aplikasi *Strategi Komunikasi Dakwah Terhadap Tingkat Partisipasi Jama'ah Ikatan Da'i Indonesia (IKADI) Jember Jawa Timur*". Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Hidayatullah. Jakarta. 2013.

Yeemayor, Miss Patimoh. "*Strategi Dakwah Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Anak Muda (Studi Kasus di Majelis Agama Islam Wilayah Pattani* Thailand". Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang. 2015.

Internet:

FSRMM, Tim. *"Napak Tilas bersempena Milad FSRMM: Mengenal Latar Belakang dan Cuplikan Sejarah Pendirian FSRMM"*. www.fsrmm.com/2016/10/napak-tilas-bersempena-milad-fsrmm.html+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id (akses 2 April 2017).

Identitas Penulis Pertama

M.Hafidz Hasan

NIM 14321125

Pekanbaru, 11 Oktober 1995

Ilmu Komunikasi/ Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Komunikasi Strategis

Jalan Swadaya No.26 RT.004 RW.007 Kelurahan Sialangmunggu Kecamatan Tampan Pekanbaru Riau 28291

+62 822 2717 3737

kakibu95@gmail.com

Identitas Penulis Kedua

Puji Hariyanti S.Sos..M.I.Kom.

NIDN 0529098201

Staf pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

phariyanti5@gmail.com