

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN ISTILAH

Judul penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah *“Strategi Komunikasi Tokoh Agama dalam Memerangi Penyakit Masyarakat di desa Wonokromo Pleret Bantul Yogyakarta.”*

Tanpa bermaksud menafikan dialektika kritis, guna menghindarkan terjadinya pembiasan makna dalam ruang lingkup kesadaran pemaknaan penulis, kiranya perlu dijelaskan beberapa istilah penting dari judul tersebut:

1. Strategi Komunikasi

Istilah strategi berarti kebijaksanaan yang ditempuh sesudah mengadakan analisa yang semasak-masaknya.¹ Istilah strategi juga dapat diartikan sebagai suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan.² Dalam kamus umum bahasa Indonesia, strategi diartikan sebagai siasat untuk mencapai suatu maksud.³ Sedangkan komunikasi berasal dari bahasa latin “Communicatio” dan

¹ Simuh, *Konsepsi Relevansi dakwah Dalam Pembangunan*, dalam H. Nasrudin Harahap (ed), *Dakwah Pembangunan*, (Yogyakarta : DPD Golkar I Prop. DIY, 1992), hal. 54

² Syaiful Bahri dan Aswan Zain, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 1997), hal. 5

³ J. S. Badudu dan Sutan Muhammad Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1994), hal. 1357

perkataan tersebut bersumber dari kata “Comunis” yang artinya “sama” yang dimaksud adalah sama makna.⁴

Pengertian komunikasi secara terminologi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain⁵. Sedang menurut Warenn Weaver sebagaimana dikutip oleh Ton Kertapati bahwa komunikasi adalah “keseluruhan prosedur dengan mana suatu pikiran keseluruhan prosedur mempengaruhi pikiran lainnya.”⁶

Dari penjelasan di atas, maka istilah Strategi Komunikasi yang dimaksudkan dalam judul skripsi ini adalah kebijaksanaan yang ditempuh oleh tokoh agama dalam proses penyampaian suatu pernyataan kepada umat manusia agar mereka menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan hidup Islam serta mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari, sehingga masyarakat tidak akan melakukan perbuatan yang tercela seperti penyakit masyarakat.

2. Tokoh Agama

Tokoh-tokoh adalah orang-orang yang terkemuka atau kenamaan dalam suatu lapangan tertentu.⁷ Dalam hal ini adalah beberapa kyai atau tokoh agama yang berdomisili di desa Wonokromo, Pleret, Bantul. Agama

⁴ Onong Uchayana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : Remaja Kasya, 1986), hal. 24

⁵ *Ibid*, hal. 4

⁶ Ton Kertapati, *Dasar-dasar Publisistik*, (Jakarta : Percetakan Bina aksara, 1981), hal. 100

⁷ W. J.S. Poerwo Darminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1982), hal 1083

yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Agama yang diwahyukan oleh Tuhan Allah SWT kepada manusia atau masyarakat melalui Nabi Muhammad SAW sebagai Rasul Allah.⁸

Adapun yang penulis maksud dengan Tokoh Agama adalah orang-orang yang terkemuka dan mumpuni dalam perihal ajaran agama Islam di desa Wonokromo, Pleret, Bantul. Berdasarkan dari pengamatan dari peneliti, tokoh agama yang dianggap mumpuni dalam hal keagamaan yaitu Bapak Bapak K.H. Zahid Ridwan, Bapak K.M. Khatib dan Bapak K. Muhammad Khusnan.

3. Memerangi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memerangi berarti melakukan perang terhadap sesuatu, bisa diartikan melawan, membasmi.⁹

Adapun yang penulis maksudkan yaitu melawan dan menanggulangi penyakit masyarakat.

4. Penyakit Masyarakat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia penyakit berarti sesuatu yang mendatangkan keburukan.¹⁰ Sedangkan masyarakat yaitu sejumlah

⁸ Harun Nasution, *Islam Ditinjau Dari Berbagai Aspek, Jilid I*, (Jakarta : UII Pres, 1984), hal. 24

⁹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Dep. P dan k (Jakarta : Balai Pustaka, 1989), hal. 668

¹⁰ *Ibid*, hal, 769.

manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.¹¹

Jadi penyakit masyarakat adalah sesuatu yang mendatangkan keburukan terhadap sejumlah manusia yang tinggal di desa Wonokromo, Pleret, Bantul. Banyak sekali penyakit masyarakat yang ada di desa Wonokromo namun yang akan penulis teliti adalah penyakit yang jumlahnya paling banyak dialami oleh masyarakat desa Wonokromo yaitu mencuri, mabuk-mabukan dan judi.

5. Desa Wonokromo

Desa Wonokromo merupakan salah satu desa yang berada di bawah naungan Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul.

Berpijak dari pengertian istilah-istilah tersebut di atas, maka yang dimaksud dengan judul “Strategi Komunikasi Tokoh Agama dalam Memerangi Penyakit Masyarakat di desa Wonokromo Pleret Bantul” adalah penelitian tentang kebijaksanaan yang ditempuh oleh tokoh agama dalam menyampaikan pesan-pesannya untuk melawan dan membasmi sesuatu yang mendatangkan keburukan terhadap masyarakat di desa Wonokromo Pleret Bantul yaitu mencuri, mabuk-mabukan dan judi.

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Mengajak ke jalan Allah adalah wajib hukumnya, keberhasilan ajakannya mencerminkan prospek kelestarian dari pengembangan Islam di masa mendatang.

¹¹ *Ibid*, hal. 564

Sebab maju mundurnya suatu agama terletak di tangan penganut-penganutnya. Masyarakat pedesaan seharusnya dijadikan pusat perhatian dalam kita mengembangkan kesadaran beragama. Karena masyarakat pedesaan sebenarnya bukan masyarakat yang tidak maju, namun sebenarnya masyarakat pedesaan merupakan pusat orang Islam namun Islamnya mayoritas Islamnya masih KTP, jadi mereka belum bisa mengamalkan ajaran Islam dengan sempurna.

Masyarakat di desa Wonokromo, Pleret, Bantul sebagian besar pendidikan agamanya belum begitu maju, walaupun pada kenyataannya di daerah itu banyak sekali pondok-pondok pesantren serta tokoh-tokoh agama yang bisa dimanfaatkan oleh warga masyarakat, namun jarang yang memanfaatkannya. Masyarakat desa Wonokromo mempunyai kemampuan untuk maju terutama dalam bidang keagamaan, hal ini tergantung pada bagaimana cara menanganinya, kecerdikan dan daya tanggap yang tinggi dalam memahami permasalahan yang ada sangat diperlukan kesadaran beragama di pedesaan, amar ma'ruf nahi munkar yang direalisasikan pada kehidupan masyarakat di pedesaan terlahir melalui dakwah dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

Sedangkan da'wah oleh para da'i atau tokoh agama dapat diterima oleh obyek da'wah atau komunikan apabila sesuatu yang disampaikan itu sesuai dengan kebutuhan dan tingkat berpikir si obyek da'wah tersebut. Hal tersebut menuntut loyalitas berpikir yang tinggi dan daya tanggap pada permasalahan da'wah oleh para da'i. Sehingga dakwah dari para tokoh agama tersebut bisa dengan mudah dapat diterima dan diamalkan oleh masyarakat, sehingga

masyarakat terhindar dari penyakit-penyakit seperti judi, mencuri, mabuk-mabukan dan lain-lain.

Dalam menghadapi berbagai tantangan, tokoh agama berusaha untuk membasmi penyakit-penyakit masyarakat yang ada. Dan untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan strategi komunikasi yang tepat sesuai dengan situasi dan kondisi serta kebutuhan masyarakatnya agar rencana yang telah ditetapkan dapat mencapai hasil yang optimal.

Adapun masyarakat di desa Wonokromo mayoritas orang-orang muslim, namun pada kenyataannya masyarakat tersebut belum bisa menjadi seorang muslim sejati yaitu seorang muslim yang melakukan perintah-perintah Allah dan menghindari larangan Allah SWT, terbukti dengan adanya penyakit-penyakit masyarakat di desa tersebut. Sebenarnya tokoh-tokoh agama di desa Wonokromo tidak sedikit dan sering memberi da'wah pada masyarakatnya, baik pada forum-forum resmi maupun dalam pergaulan sehari-hari. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti strategi komunikasi yang digunakan tokoh-tokoh agama dalam melawan dan menanggulangi penyakit masyarakat tersebut sehingga masyarakat dapat terhindar dari penyakit masyarakat.

C. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang masalah tersebut di atas maka dapatlah dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini. Adapun permasalahan itu adalah sebagai berikut:

1. Penyakit Masyarakat apa saja yang berkembang di desa Wonokromo Pleret Bantul ?

2. Potensi Komunikasi apa saja yang ada di desa Wonokromo Pleret Bantul ?
3. Bagaimana memanfaatkan potensi komunikasi yang ada bagi upaya penanggulangan penyakit masyarakat di desa Wonokromo Pleret Bantul ?

D. TUJUAN PENELITIAN

Segala sesuatu yang kita lakukan sudah pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai, begitupun halnya dengan penelitian ini. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk:

4. Untuk mengetahui penyakit masyarakat yang berkembang di desa Wonokromo Pleret Bantul.
5. Untuk mengetahui potensi komunikasi yang ada di desa Wonokromo Pleret Bantul.
6. Untuk mengetahui berbagai cara untuk memanfaatkan potensi komunikasi yang ada bagi upaya penanggulangan penyakit masyarakat di desa Wonokromo Pleret Bantul.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

Setiap penelitian yang dilakukan harus mempunyai kegunaan, baik secara teoritis maupun praktis. Hal itu dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat tidak hanya bagi penelitiannya saja melainkan berguna juga bagi orang lain. Adapun kegunaan dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis.

Penelitian ini diharapkan akan memperkaya dan memperkuat body of knowledge dari ilmu dakwah yang masih dalam pendekatan keabsahannya sebagai suatu disiplin ilmu yang mandiri.

2. Kegunaan Praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi komunikasi bagi tokoh-tokoh agama yang ada di desa Wonokromo Pleret Bantul di masa yang akan datang.

F. Kerangka pemikiran teoritik

1. Pengertian Dakwah dan Komunikasi

Dakwah dapat dipandang sebagai sebuah proses komunikasi karena pada tingkat obyek individual kegiatan dakwah tidak lain adalah suatu kegiatan komunikasi, yaitu kegiatan penyampaian pesan berupa ajaran Islam dari seorang komunikator dalam hal ini adalah da'i kepada komunikan (mad'u) melalui media tertentu agar terjadi perubahan perilaku pada diri komunikan. Untuk lebih jelasnya di sini akan dijelaskan baik pengertian dakwah maupun komunikasi.

Kata da'wah secara etimologi (kebahasaan) merupakan bentuk mashdar berasal dari kata da'a, yad'u, da'watan yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru dan mendorong. Sedangkan secara terminologi (istilah) da'wah berarti mengajak dan menyeru umat manusia baik perorangan maupun kelompok kepada agama Islam, pedoman hidup yang diridloi Allah Swt dalam bentuk amar ma'ruf nahi mungkar dan amal

sholeh dengan cara lisan (lisanul maqol) maupun perbuatan (lisanul hal) guna mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹²

Dengan demikian melakukan amar ma'ruf nahi mungkar merupakan kewajiban bagi setiap muslim, hal ini ditegaskan dalam firman Allah Swt:

ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر
وأولئك هم المفلحون

Artinya :

"Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat/jamaah yang mengajak kepada kebijakan (Islam) memerintahkan kepada yang ma'ruf dan mencegah yang mungkar. Merekalah orang-orang yang beruntung."(QS. Ali Imron: 104)¹³

Sebagai suatu proses perubahan sosial, maka dakwah harus bersifat dinamis dalam mengikuti perkembangan zaman sebab bagaimana ia dapat melakukan perubahan jika dakwah bersifat kaku terhadap setiap fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Dengan kata lain, dakwah harus bersifat fleksibel di dalam menghadapi suatu realitas zaman di manapun dan kapanpun.

Fleksibilitas dakwah terhadap realitas zaman bukan berarti kita akan melakukan perubahan terhadap sesuatu yang sudah mutlak di dalam Islam. Kita mengakui bahwa di dalam Islam nash Al Qur'an dan As-Sunnah merupakan sesuatu yang mutlak kebenarannya. Keduanya merupakan sumber nilai, sumber rujukan utama umat Islam sepanjang sejarah. Akan tetapi

¹² Zaini Muchtarom, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah Islam* (Yogyakarta: Al Amin Press, 1997), cet III, hal 14

¹³ Khadim Al Haramain Asy Syarifain, *Al Qur'an dan Trejemahnya* (Medina: 1413 H), hal 93

pemahaman kita tentang keduanya tidaklah mutlak kebenarannya. pemahaman kita sangatlah temporal dan lokal.¹⁴

Setelah mengetahui arti kata dakwah, selanjutnya apakah komunikasi itu? Komunikasi berasal dari bahasa latin "communicatio", dan perkataan tersebut bersumber dari kata "comunis", yang artinya "sama", yang dimaksud adalah sama makna.¹⁵

Komunikasi dapat berlangsung dengan baik apabila ada kesamaan makna antara komunikan dengan komunikator, sehingga orang lain ikut serta dalam berpartisipasi atau bertindak sesuai dengan tujuan, harapan atau isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Jadi komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat kesamaan makna dalam menggunakan suatu hal yang dikomunikasikan atau seseorang mengerti sesuatu yang dinyatakan oleh orang lain kepadanya. Dengan demikian dapat pula dikatakan apabila hubungan antara mereka itu bersifat komunikatif.

Pengertian komunikasi secara terminologi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.¹⁶ Sedang menurut Warenn Weaver sebagaimana dikutip oleh Ton Kertapati bahwa komunikasi adalah keseluruhan prosedur dengan mana suatu pikiran lainnya.¹⁷ Dari

¹⁴Jalaluddin Rakhmat, *Islam dan Era Informasi*, dalam Dedy Djamiludin Malik & Idi Subandy Ibrahim, ed, *Hegemoni Budaya*, (Yogyakarta: Bentang Budaya, 1997), hal 7

¹⁵ Onong Uchayana Effendi, *Op.Cit.* hal. 24

¹⁶ *Ibid*, hal 4

¹⁷ Ton Kertapati, *Op. Cit.* hal. 100

kedua pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi melibatkan banyak orang, baik dengan bahasa, gambar dan lain sebagainya. Sedang komunikasi yang dimaksud di sini adalah komunikasi antar manusia dalam bahasa asing disebut "Human Communication", dengan tujuan untuk menciptakan pengertian diantara mereka yang berkomunikasi. Menurut Onong Uchayana Effendi komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh orang lain untuk memberikan atau merubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.¹⁸

Sedangkan Toto Tasmara mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses pengoperan lambang yang berarti dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap atau tingkah laku yang diharapkan.¹⁹

Dengan demikian, jelaslah bahwa berkomunikasi merupakan usaha seseorang dalam menyampaikan pesan orang lain yang berupa ide maupun sikap tertentu yang mempunyai tujuan untuk merubah sikap, pendapat dan perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung, di mana diantara komunikator dan komunikan ada persamaan sehingga hubungan antara keduanya bersikap komunikatif.

Setelah mengetahui arti kata dakwah dan komunikasi, maka jelaslah bahwa kedua kata tersebut sangat berkaitan sebab dakwah adalah suatu proses komunikasi. Dan dakwah tersebut akan berhasil apabila ada kesamaan

¹⁸ Onong Uchayana, *Op. Cit.* hal. 16

¹⁹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: CV Gaya Media Pratama, 1987) hal. 6

makna antara *dal* dan *mad'unya*, sehingga hubungan keduanya bersifat komunikatif.

2. Potensi Komunikasi Dalam Masyarakat

Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesengajaan, dari komunikasi yang tidak disengaja sama sekali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari. Kesengajaan bukanlah syarat mutlak untuk terjadinya komunikasi meskipun kita sama sekali tidak bermaksud menyampaikan pesan orang lain, perilaku kita potensial untuk ditafsirkan orang lain.²⁰

Karena semua perilaku seseorang itu potensi untuk ditafsirkan orang lain, maka orang tersebut haruslah bisa memanfaatkan potensi-potensi komunikasi yang ada, baik itu dalam forum-forum resmi seperti khutbah, pidato dan lain-lain, juga dalam perilaku sehari-hari seperti bergaul dengan masyarakat, menonton televisi, membaca surat kabar, mendengarkan radio dan lain-lain. Seorang tokoh agama haruslah bisa membuat agar orang lain dalam menafsirkan setiap perilaku kita sebagai tindakan yang positif dan patut dicontoh oleh warga masyarakat.

Potensi komunikasi dalam masyarakat antara lain ada komunikasi antar individu, komunikasi kelompok dan komunikasi bermedia. Media komunikasi bisa berbentuk televisi, radio, telepon, media cetak dan lain-lain.

a. Komunikasi Antar Individu

²⁰ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), hal. 101

Komunikasi antar individu adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera. Selain itu komunikasi antar individu juga diartikan sebagai komunikasi yang berlangsung diantara dua orang yang mempunyai hubungan yang mantap dan jelas.²¹ Dalam komunikasi antar individu para pesertanya baik komunikator maupun komunikan dapat mengontrol topik pembicaraan, mereka dapat menekankan pesan tau dengan tekanan verbal atau non verbal tertentu atau saling bertanya. Namun dalam komunikasi massa keluwesan tersebut sangat terbatas walaupun bukan berarti tidak ada sama sekali. Contoh komunikasi antar individu meliputi komunikasi yang terjadi antara tokoh agama dan salah satu warga masyarakat ketika ketemu di jalan, antara pramuniaga dengan pelanggan, anak dengan ayah, dan lain sebagainya. Jadi komunikasi antar individu itu melibatkan sejumlah orang yang relatif kecil, berlangsung dengan jarak fisik yang dekat, bertatap muka, memungkinkan jumlah maksimum saluran indrawi, dan memungkinkan umpan balik segera.

Jelas sekali bahwa komunikasi antar individu sangat potensial untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indra kita untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepadanya. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antar individu berperan

²¹ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta: Profesional Books, 1997). hal. 231

penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi.²² Kenyataannya komunikasi tatap muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa.

Maka dari itu seorang tokoh agama dalam berkomunikasi antar individu harus bisa memanfaatkan kesempatan itu untuk menyampaikan dakwahnya, sehingga pesan dakwah dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat dan sekaligus bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

b. Komunikasi Kelompok

Potensi komunikasi yang selanjutnya yaitu komunikasi kelompok. Kelompok adalah sekelompok orang yang mempunyai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Misalnya keluarga, kelompok diskusi, kawan-kawan terdekat, dan lain-lain. Komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil. Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga komunikasi antar individu, karena iitu kebanyakan teori komunikasi antar individu berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah kelompok besar untuk komunikasi publik, yaitu komunikasi antara seseorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu.²³ Contohnya ketika seorang tokoh agama sedang ceramah,

²² Dedy Mulyana, *Op Cit.* hal. 73

²³ *Ibid* hal. 74

pidato, khutbah, dan lain-lain. Ciri-ciri komunikasi publik adalah terjadi di tempat umum (publik), misalnya masjid, gereja, auditorium, dan lain-lain.

c. Komunikasi Massa atau Bermedia

Potensi komunikasi yang terakhir yaitu komunikasi massa. Komunikasi massa atau bermedia adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara serentak dan selintas (khususnya media elektronik).²⁴ Banyak sekali para da'i dan tokoh-tokoh agama yang menggunakan media massa sebagai perantara dakwahnya. Contohnya saja acara kuliah subuh di televisi, ceramah-ceramah keagamaan di radio, juga dakwah lewat surat kabar. Menurut Elizabeth Noelle Neuman ada empat tanda pokok dari komunikasi massa yaitu:

- a) Bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis.
- b) Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi (para komunikan).
- c) Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim.

²⁴ *Ibid* hal. 75

d) Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.²⁵

Cassata dan Asante mengatakan bahwa bila arus komunikasi hanya dikendalikan oleh komunikator situasi dapat menunjang persuasi yang efektif. Sebaliknya bila khalayak dapat mengatur arus informasi, situasi komunikasi akan mendorong belajar yang efektif.²⁶ Dengan penjelasan inilah kita dapat memahami mengapa belajar langsung dari guru lebih memudahkan pengertian daripada sekedar membaca buku. Begitu juga tokoh agama dalam menyampaikan dakwahnya akan lebih mudah dipahami pesan-pesan dakwah tersebut kalau antara komunikator dan komunikan berhadapan langsung sehingga arus komunikasi tidak hanya diatur oleh komunikator tetapi warga desa juga dapat mengatur arus komunikasi tersebut. Di samping itu dalam komunikasi massa stimuli alat indra bergantung pada jenis media massa, pada surat kabar dan majalah pembaca hanya melihat, pada radio dan rekaman auditif khalayak hanya mendengar, sedangkan pada televisi dan film kita mendengar dan melihat.

Dari penjelasan di atas kita dapat memahami mengapa belajar langsung dari guru lebih memudahkan pengertian daripada sekedar membaca buku atau mendengar radio dan melihat televisi. Begitu juga dalam berdakwah akan lebih efektif apabila langsung berhubungan antara komunikator dengan komunikan, sebab di sini arus informasinya

²⁵ Drs. Jalaliddin Rakhmat. M.Sc, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Karya Offset, 1986), hal 178

²⁶ *Ibid*, hal 179

dikontrol oleh kedua belah pihak baik oleh komunikator maupun komunikan.

Potensi-potensi komunikasi di desa Wonokromo yang biasa dimanfaatkan oleh tokoh agama dalam memerangi penyakit masyarakat yaitu komunikasi antar individu dan komunikasi kelompok, sebab dalam potensi-potensi komunikasi tersebut tokoh agama peluangnya lebih besar untuk melakukan dakwah. Sebenarnya komunikasi bermedia juga sudah ada di desa Wonokromo namun penggunaannya masih terbatas sekali, hanya pada waktu-waktu tertentu saja seperti ketika pengajian-pengajian akbar dan pada waktu bulan puasa.

3. Strategi Komunikasi

Untuk dapat mengerti makna dasar strategi komunikasi, maka terlebih dahulu harus kita ketahui pengertian kata strategi dan komunikasi. Untuk kata komunikasi sudah dijelaskan di depan, sedangkan kata strategi akan dijelaskan berikut ini.

Kata strategi pada mulanya merupakan istilah yang dipergunakan dalam hal peperangan. Akan tetapi istilah tersebut lama-kelamaan berkembang, tidak hanya dipakai dalam hal pertempuran saja, melainkan juga dalam bidang-bidang lain seperti ekonomi, politik, sosial, budaya, komunikasi, dakwah dan lain sebagainya. Sehingga orang menyebutnya dengan istilah strategi ekonomi, strategi politik, strategi sosial, strategi budaya, strategi komunikasi, dan lain sebagainya.

Sedangkan kata strategi sendiri mempunyai bermacam-macam arti, antara lain strategi berarti suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan.²⁷ Drs. Anwar Arifin mengartikan strategi sebagai keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang dijalankan guna mencapai tujuan.²⁸

Menurut kami strategi tidak bisa terlepas dari unsur analisa yang cermat serta tujuan yang jelas. Di samping itu strategi merupakan perencanaan yang menyeluruh yang senantiasa mempertimbangkan faktor situasi dan kondisi yang disusun dan difungsikan dalam rangka mencapai tujuan.

Dengan mengetahui beberapa arti kata strategi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pendekatan strategi pada hakekatnya mempunyai ciri-ciri berikut:

- a) Pertama, memusatkan perhatian pada kekuatan, pada power.
- b) Kedua, memusatkan pada analisa dinamik, analisa gerak, analisa aksi.
- c) Ketiga, memusatkan pada tujuan yang ingin dicapai serta gerak untuk mencapai tujuan tersebut.
- d) Keempat, memperhatikan faktor waktu dan faktor lingkungan.
- e) Kelima, berusaha menemukan masalah-masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konsep, kekuatan, kemudian mengadakan analisa mengenai kemungkinan-kemungkinan serta

²⁷ Syaiful Bahri dan Aswan Zain, *Op. Cit.* hal. 5

²⁸ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (Bandung : Armico, 1984), hal. 59

memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka menuju tujuan itu.²⁹

Setelah mengetahui arti strategi dan komunikasi, barulah dirumuskan arti strategi komunikasi. Asmuni Syukir dalam bukunya *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* menyebutkan bahwa strategi dakwah adalah metode, siasat, taktik, atau manuver yang digunakan dalam aktifitas suatu kegiatan.³⁰ Metode dapat berarti cara yang teratur dan berfikir baik-baik untuk mencapai maksud, dapat juga berarti cara kerja yang sistematis untuk memudahkan pelaksanaan kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan.

Dari uraian di atas dapat disederhanakan bahwa strategi komunikasi adalah cara, siasat, taktik untuk melakukan suatu rencana yang telah disesuaikan dengan sasaran secara cermat serta untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu sebelum merumuskan suatu strategi diperlukan pengetahuan yang tepat dan akurat terhadap realitas hidup manusia yang sedang terjadi dan berlangsung secara aktual dalam kehidupannya mengingat realitas dalam masyarakat berbeda-beda lebih-lebih realitas kontemporer yang sangat kompleks dan beragam, maka strategi komunikasi harus dicermati terus menerus, sehingga suatu strategi tidak kaku sifatnya, melainkan dapat berubah dan diubah sesuai dengan perubahan dan tingkat kemajuan masyarakatnya.

²⁹ Ali Moertopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta : CSIS, 1978), hal. 8-9

³⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya : Al-Ikhlâs, 1994), hal. 32

Menurut penulis, strategi yang efektif dan ideal yaitu apabila dalam menerapkan strategi bersifat menyeluruh dengan senantiasa memperhatikan faktor situasi dan kondisi masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang. Selain itu strategi komunikasi haruslah semenarik mungkin sehingga masyarakat bisa tertarik untuk berkomunikasi dengan tokoh tersebut dan dengan begitu pesan yang disampaikan dapat diterima dan dihayati sehingga bisa diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Hal senada diungkapkan oleh Abdul Munir Mulkan, bahwa masalah strategi ditentukan oleh kondisi obyektif dan keadaan lingkungan obyek dakwah, yang dimaksud obyek dakwah di sini adalah komunikan, dengan demikian maka strategi yang tepat ditentukan oleh dua faktor tadi.³¹

Strategi merupakan faktor yang sangat penting dalam berbagai hal guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi yang dirumuskan haruslah strategi yang betul-betul menawarkan alternatif pemecahan tidak hanya dataran konseptual, melainkan juga dataran operasional. Sebab strategi merupakan suatu prosedur yang mempunyai alternatif-alternatif pada setiap langkahnya. Hal tersebut juga dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendi bahwa strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi hanya sebagai peta jalan

³¹ Abdul Munir Mulkan, *Idiologisasi Gerakan Dakwah : Episode Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*, (Yogyakarta : Sippres, 1996), hal. 207

yang hanya menunjukkan arah saja melainkan harus menunjukkan taktis operasionalnya.³²

Demikian pula halnya dengan strategi komunikasi, ia harus mampu menunjukkan bagaimana operasinya secara praktis harus dilaksanakan. Dalam arti kata, pendekatan yang dilakukan bisa sewaktu-waktu berbeda tergantung pada situasi dan kondisi yang dihadapi oleh komunikator.

Selanjutnya, strategi yang disusun, dikonsentrasikan, dan dikonsepsikan dengan baik dapat membuat pelaksanaan yang strategis.

4. Macam-macam strategi komunikasi.

Kegiatan komunikasi merupakan sebuah proses perubahan sosial, di mana semua faktor baik individu maupun masyarakat diubah menjadi lebih islami. Dalam hal ini Jalaluddin Rahmat mengemukakan tiga strategi yang dapat digunakan dalam melakukan perubahan sosial, termasuk kegiatan dakwah. Strategi tersebut adalah *Power Strategi*, *Persuasif Strategi*, dan *Normative Reeducative Strategi*.³³

a. *Power Strategy*

Power strategy adalah perubahan sosial dengan menggunakan kekuatan dan atau kekuasaan. Hal ini dalam sejarah penyebaran Islam di Indonesia, para Wali menggunakan metode ini yaitu dengan mendekati para Raja atau orang yang berkuasa dengan harapan bahwa apabila

³² Onong Uchayana Effendi, *Op. Cit*, hal. 35

³³ Jalaludin Rahmat, *Rekayasa Sosial : Reformasi atau Revolusi ?*, (Bandung : Remaja Rosda Karya), hal. 53

penguasa sudah memeluk Islam, maka dengan otoritasnya mereka dapat mengislamkan masyarakatnya.

Ada empat konsep yang berhubungan dengan *power* (kekuatan). Pertama, *Influence* (pengaruh), yaitu kemampuan untuk mempengaruhi orang lain agar mengubah sikap dan perilakunya secara sukarela. Kedua; Persuasi yaitu kemampuan meyakinkan orang lain dengan argumentasi untuk melakukan sesuatu. Ketiga, Manipulasi, yaitu penggunaan pengaruh di mana yang dipengaruhi tidak menyadari bahwa tingkah lakunya sebenarnya mematuhi keinginan pemegang kekuasaan. Keempat, *Coercion* (kewenangan), yaitu peragaan nilai agar orang lain bersikap dan berperilaku sesuai dengan kehendak pihak yang berkuasa.³⁴

b. *Persuasive Strategy*

Persuasive Strategy, adalah strategi yang berusaha untuk menimbulkan perubahan perilaku yang dikehendaki dengan mengidentifikasi obyek sosial pada kepercayaan atau nilai agen perubahan. Dalam strategi ini peran media massa mempunyai peranan yang sangat besar, karena pada dasarnya strategi ini dijalankan melalui media massa. Oleh karena itu strategi ini juga dapat dipakai dalam penyampaian dakwah Islam di mana komunikasi diarahkan untuk dapat memahami tanpa terkesan adanya paksaan akan tetapi dengan kesadaran ketika kita menyampaikan secara persuasif dengan bahasa yang mudah

³⁴ Abu Ridho, *Problematika Dakwah, Problem Visi dan Implikasi, dalam Adi Sasono, (et al), Solusi Islam atas Problematika Ummat*, (Jakarta : Gema Insani Pres, 1998), hal. 229

diterima oleh komunikan (obyek dakwah). Di samping itu media massa akan mudah diingat dan dicerna oleh komunikan.

c. *Normative Re-educative Strategy*

Normative Re-educative Strategy adalah strategi yang berupaya untuk menanamkan dan mengganti paradigma (norma) masyarakat yang lama dengan yang baru. Strategi ini tidak hanya untuk merubah perilaku yang tampak, tetapi juga mengubah keyakinan dan nilai sasaran perubahan. Hal inipun sesuai dengan kegiatan dakwah yang sebenarnya dilakukan untuk merubah perilaku, keyakinan maupun norma yang tidak Islami kepada norma dan nilai yang Islami baik secara individual maupun struktur sosialnya. Perubahan pada individu terjadi pada dataran struktur sosial diharapkan dapat merubah praktek-praktek yang non Islam seperti otoriter, penindasan menjadi yang Islami. Dan hal ini semua terjadi kalau ada perubahan pada norma-norma yang terdapat pada masyarakat.

5. Perencanaan komunikasi

Sebagaimana telah dijelaskan di muka bahwa strategi adalah kebijakan yang ditempuh oleh tokoh agama dalam memerangi penyakit masyarakat. Kebijakan yang ditempuh dalam rangka kegiatan itu tidaklah berlangsung secara kebetulan saja, melainkan didasarkan atas suatu perencanaan yang dilakukan oleh seorang tokoh agama yang bijaksana, cerdas dan berpandangan ke depan.

Prof. Bintoro Tjokroamidjojo dalam bukunya *Perencanaan Pembangunan* mendefinisikan perencanaan dalam pengertian seluas-luasnya

adalah suatu proses mempersiapkan secara sistematis kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Perencanaan yang efektif harus didasarkan pada fakta dan informasi bukan atas dasar emosi dan keinginan semata.³⁵

Terry mendefinisikan perencanaan dengan definisi yang lebih teliti di mana dirumuskan oleh beliau bahwa perencanaan merupakan pemilihan dan menghubungkan fakta, menggunakan asumsi tentang masa depan dalam membuat visualisasi dan perumusan yang diusulkan dan memang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Proses perencanaan yang baik menurut Agus Dharma harus meliputi langkah-langkah di bawah ini:

a. Identifikasi tujuan umum.

Tujuan umum dapat dirumuskan ke dalam sebuah stateman umum mengenai hasil yang ingin dicapai melalui kegiatan yang akan dilakukan nanti. Selain itu juga akan dirumuskan tujuan khusus untuk lebih mempermudah dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Menetapkan sasaran.

Tujuan umum dan tujuan khusus yang ditetapkan merupakan statemen yang terlalu luas untuk mengarahkan kegiatan yang dilakukan. Dengan merumuskan sasaran, maka kegiatan akan mudah dikerahkan kearah pencapaian sasaran yang telah ditetapkan.

³⁵ Drs. H.M. Kholili, M.Si, *Program Pariwisata Rohani Daerah Istimewa Yogyakarta*, (Tesis yang tidak diterbitkan, Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran Bandung, 1997) hal. 1

c. Menyusun rencana pelaksanaan.

Rencana kegiatan merupakan uraian tentang cara pencapaian tujuan.

Ada tiga hal pokok yang perlu diperhatikan dalam penyusunan rencana kegiatan:

- 1) Merumuskan rencana kegiatan
- 2) Identifikasi sumber daya yang berupa:
 - (a) Orang/kelompok/lembaga
 - (b) Media/wahana
 - (c) Dan lain-lain
- 3) Menetapkan jadwal kegiatan

d. Spesifikasi standar kontrol. Dengan mengadakan spesifikasi standar kontrol pencapaian rencana kegiatan mudah diketahui

e. Menguji rencana pelaksanaan dengan sasaran. Langkah ini merupakan kegiatan upaya mengetahui keberhasilan suatu rencana kegiatan yaitu dengan cara membandingkan sasaran yang ditetapkan dengan kenyataan yang dicapai.³⁶

James Lyons mengatakan bahwa:

*Communication tend to operate on social problem through effects on individuals and groups. Thus planners must use data and theories of various kinds to build models of the cause-and-effect relationships that surround complex social problems and that link them with human behavior. These models then become guides to planned action.*³⁷

³⁶ Ibid hal 1-3

³⁷James Lyons, *An Overview of System Analysis in "Approaches to Communication Planning"* edited by John Middleton. (Paris: UNESCO, 1980) hal 58

Dari penjelasan di atas dapat diartikan bahwa komunikasi cenderung untuk mengerjakan masalah-masalah sosial melalui pengaruh-pengaruh atas individu dan kelompok. Dengan demikian perencana harus menggunakan data dan teori yang bermacam-macam untuk membentuk model-model hubungan sebab akibat yang mengelilingi masalah sosial yang kompleks dan yang menghubungkan mereka dengan perilaku manusia. Model-model ini kemudian menjadi petunjuk bagi tindakan yang direncanakan. Jadi jelaslah bahwa untuk mendapatkan hasil yang maksimal haruslah komunikasi itu direncanakan dengan sebaik-baiknya. Perencana komunikasi bisa menggunakan data dan teori yang banyak untuk dijadikan petunjuk bagi tindakan yang direncanakan.

Perencanaan komunikasi merupakan proses pemikiran dan pengambilan keputusan yang matang dan sistematis, mengenai tindakan-tindakan yang akan dilakukan pada masa yang akan datang dalam rangka penyelenggaraan komunikasi, komunikasi dalam hal ini adalah berdakwah.

Pemikiran dan pengambilan keputusan mengenai tindakan-tindakan yang akan dilakukan itu didasarkan pada hasil perkiraan dan perhitungan yang masak sehingga tujuan dakwah akan dapat tercapai.

Alan Hancock (1981) memberi pengertian tentang perencanaan komunikasi sebagai persiapan program jangka panjang atau pendek demi penggunaan secara efektif dan efisien sumber-sumber komunikasi dalam kerangka untuk tujuan, cara-cara dan prioritas masyarakat tertentu dan bergantung pada bentuk organisasi sosial dan politik yang berlaku.

Perencanaan komunikasi dimulai dari bagian utama: (1) kebijaksanaan umum dan pengembangan, (2) infrastruktur sistem komunikasi yang ada. Perencanaan komunikasi terletak pada titik persilangannya yang secara teori merupakan proses merumuskan tujuan-tujuan masyarakat dengan cara mengkaitkan pada potensi sistem komunikasi yang ada, dan dengan menggunakan sebagai bagian yang ke (3) kesesuaian yang terbaik berusaha dicapai. Tetapi walaupun posisi perencanaan komunikasi berada pada titik silang dari tiga bagian utama tersebut kepentingannya menjadi meluas lebih jauh. Perhatian utama bidang ini adalah merencanakan suatu sistem komunikasi (pada berbagai tingkatan): suatu sistem yang secara tradisional dipandang sebagai suatu susunan bagian-bagian yang dihubungkan dengan cara teratur yang merupakan suatu unit organik. Prosesnya dilaksanakan dalam masyarakat yang melibatkan individu-individu, lembaga-lembaga dan kelompok-kelompok dan karenanya hal ini merupakan sistem kegiatan manusia yang harus dipersiapkan secara matang (Hancock, 1981).³⁸

Perencanaan di bidang komunikasi terutama dalam menaggulangi penyakit masyarakat menjadi penting karena:

1. Sarana komunikasi dan informasi yang terbatas. Dengan perencanaan komunikasi pemanfaatan sarana yang ada menjadi efisien.
2. Perencanaan komunikasi merupakan kegiatan yang rasional. Dengan perencanaan komunikasi atau program baru yang dihadirkan akan relevan dan pembuatan pola kegiatan yang tepat dapat diusahakan.

³⁸ Drs. H.M. Kholili, M.Si, *Op. Cit.*, hal. 3-4

3. Perencanaan komunikasi merupakan kegiatan pengelolaan proses penyesuaian diri dan pemenuhan kebutuhan bagi semua pihak. Dengan perencanaan diharapkan penyesuaian diri dengan program baru bisa terwujud dan sekaligus program baru dapat menjadi kebutuhannya.

Pendekatan komunikasi adalah cara memandang seorang perencana komunikasi terhadap suatu masalah (kenyataan) yang sedang ditelaah yang melahirkan gagasan atau pola bagaimana suatu komunikasi sebagai bagian dari upaya pembangunan sosial yang direncanakan dan dilakukan sehingga dapat berjalan efektif dan efisien. John Middleton (1980) mengemukakan beberapa pendekatan komunikasi: pendekatan proses, pendekatan sistem, pendekatan teknologi, pendekatan ekonomi dan pendekatan evaluasi. Pendekatan komunikasi yang dipakai pada perencanaan komunikasi dalam membasmi penyakit masyarakat di desa Wonokromo adalah pendekatan proses³⁹

Pendekatan proses didasarkan pada pemikiran bahwa perencanaan pada hakekatnya merupakan penerapan suatu teori. Sebagaimana dikemukakan oleh John Middleton (1980) bahwa perencanaan sebagai penerapan teori kepada kenyataan untuk menentukan apa yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana. Teori komunikasi yang menfokuskan pada hubungan komunikasi menjelaskan bahwa orang memasuki hubungan karena mempunyai tujuan dan tujuan ini menurut Kincaid dan Schramm (1975) dapat dibagi kepada empat tujuan: memberi informasi, membujuk, mengajar

³⁹ *Ibid* hal 11

dan mengadakan dialog.⁴⁰ Berdasarkan kerangka ini perencanaan komunikasi harus dirancang kepada empat kategori tersebut dan ujungnya adalah terjadinya perubahan sikap. Dengan demikian penggunaan teori-teori persuasi satu hal yang tidak bisa dielakkan. Selain itu pembinaan dan dialog juga perlu diprogramkan. Pendekatan sistem dijelaskan oleh Lyons (1998) sebagai suatu pendekatan yang berusaha mengadakan pemecahan menyeluruh terhadap masalah yang ada di mana masalah dipahami sebagai kumpulan dari sub-sub masalah yang satu dengan yang lain saling terkait dan saling berinteraksi.

Perencanaan komunikasi dengan pendekatan sistem kegiatan dilakukan ke dalam enam fase:

Identifikasi masalah, yaitu suatu upaya menemukan masalah sehingga diketahui bahwa masalah itu ada.

Analisis sistem, yaitu upaya menggambarkan masalah secara lebih rinci sehingga dapat dikembangkan bagaimana sistem dan spesifikasi baru berurusan dengan sub-sub masalah tersebut

Pelaksanaan, yaitu pelaksanaan kegiatan berdasarkan rencana dan aturan yang telah ditetapkan

Pemeliharaan dan modifikasi, yaitu pengembangan dan pemantauan terhadap sistem organisasi yang berjalan, mengingat keterbatasan daya tahan dan kegunaan dari sistem yang dibuat manusia.

⁴⁰ *Ibid* hal 13

G. METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian terhadap Strategi Komunikasi Tokoh Agama dalam Memerangi Penyakit Masyarakat di desa Wonokromo, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul Yogyakarta, maka langkah-langkah yang akan ditempuh adalah:

1. Penentuan Sumber Informasi

Karena penelitian ini adalah termasuk penelitian kasus, maka subyek penelitiannya yaitu tokoh-tokoh agama di desa Wonokromo, Pleret, Bantul, Yogyakarta. Sedangkan yang menjadi obyek penelitiannya adalah strategi komunikasi tokoh agama di desa Wonokromo, Pleret, Bantul, Yogyakarta. beserta pelaksanaannya.

Untuk memperoleh data tentang strategi komunikasi peneliti mengambil tokoh-tokoh agama yang berkompeten dengan penelitian ini yaitu:

- a. KH Zahid Ridwan
- b. KM. Khatib
- c. KM. Khusnan

Sedangkan untuk memperoleh data tentang penyakit masyarakat peneliti mengambil aparat pemerintahan untuk dijadikan informan.

2. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diharapkan dalam penelitian ini maka teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah:

- a. Interview atau wawancara

Interview atau wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.⁴¹ Wawancara ini dipergunakan sebagai metode pengumpulan data yang utama. Sedangkan interview yang peneliti gunakan adalah interview bebas terpimpin, yaitu kombinasi antara interview bebas dan interview terpimpin yang dalam melaksanakannya, pewawancara membawa serentetan pertanyaan lengkap dan terperinci, serta dilakukan dengan suasana santai tapi serius.⁴²

Metode interview ini digunakan untuk memperoleh data tentang latar belakang tokoh-tokoh agama, langkah-langkah perumusan strategi komunikasi dan pelaksanaannya, serta penyakit-penyakit masyarakat yang ada di desa Wonokromo yang ditujukan kepada tokoh-tokoh agama yang ada di desa Wonokromo dan pihak-pihak yang mengetahui tentang hal tersebut. Di samping itu, interview ini juga ditujukan kepada aparat pemerintah untuk memperoleh data tentang keadaan geografis dan demografis desa Wonokromo, Pleret, Bantul, Yogyakarta.

b. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.

⁴¹ P. Jogo Subagjo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta : Reneka Cipta, 1991), hal. 7

⁴² Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Sebuah Pendekatann Praktek*, (Jakarta: Rineka Reneka Cipta, 1991), hal. 127-128

Observasi ini dilakukan dengan tehnik non partisipan, di mana peneliti tidak terjun langsung dalam kegiatan yang dilakukan, melainkan hanya menyelidiki pelaksanaan kegiatan komunikasi di desa Wonokromo, Pleret, Bantul, Yogyakarta. Kemudian observasi ini dilakukan untuk meneliti pelaksanaan komunikasi tokoh-tokoh agama di desa Wonokromo, Pleret, Bantul, Yogyakarta.

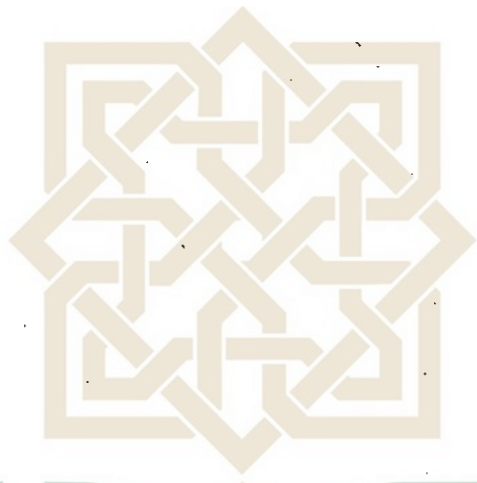
c. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang sifatnya tertulis, seperti struktur organisasi desa, jumlah penduduk, laporan tabel-tabel, dan lain-lain. Dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi dan mengecek data yang diperoleh dari interview dan observasi.

3. Metode Analisa Data

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, maka tehnik analisa yang penulis pergunakan adalah deskriptif interpretatif, yaitu penulis menggambarkan apa adanya secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan gejala suatu kelompok tertentu.⁴³ Yaitu apabila data sudah terkumpul kemudian diklasifikasikan, dideskripsikan apa adanya secara obyektif, kemudian kenyataan tersebut dipelajari dan dipahami untuk memperoleh kesimpulan yang benar-benar logis. Analisa data ini digunakan untuk data kualitatif yang diperoleh dari hasil interview, observasi dan dokumentasi.

⁴³ Koentjara Ningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, Cet XI, 1991), hal.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah data terkumpul kemudian dianalisa dan diinterpretasikan, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi yang dilakukan tokoh agama di desa Wonokromo merupakan kegiatan dakwah sebab mereka menyampaikan pesan berupa ajaran Islam pada komunikan melalui media tertentu agar terjadi perubahan perilaku pada diri komunikan.
2. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh tokoh agama di desa Wonokromo untuk menanggulangi penyakit masyarakat yaitu dengan cara melakukan pendekatan-pendekatan komunikasi kepada warga baik dalam pergaulan sehari-hari maupun dalam pertemuan-pertemuan yang diadakan oleh warga desa Wonokromo. Dalam melakukan pendekatan komunikasi tersebut tokoh agama selalu memberikan nasehat-nasehat yang baik kepada warga untuk berbuat kebaikan dan menjauhi larangan-larangan Allah SWT seperti penyakit masyarakat..
3. Walaupun tokoh agama di desa Wonokromo sudah memberikan nasehat-nasehat serta contoh yang baik kepada warga ternyata strategi komunikasi yang digunakan oleh tokoh tersebut kurang efektif terbukti dengan masih adanya penyakit masyarakat di desa tersebut.

4. Dalam menanggulangi penyakit masyarakat di desa Wonokromo kebanyakan tokoh agama melakukan dengan tanpa direncanakan masak-masak terlebih dahulu sehingga hasil yang didapatkan kurang maksimal.

B. Saran-saran

Setelah mengetahui strategi komunikasi langkah-langkah kebijakan rencana kegiatan serta pelaksanaan strategi komunikasi tokoh agama desa Wonokromo maka penulis ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebelum melaksanakan strategi komunikasi dalam membasmi penyakit masyarakat alangkah baiknya jika terlebih dahulu dirumuskan strategi komunikasi secara jelas dan sesuai dengan keadaan masyarakat sehingga pencapaian tujuan dapat dioptimalkan.
2. Dalam menetapkan perencanaan komunikasi hendaknya diantara tokoh agama dan tokoh masyarakat ada kerja sama yang bagus sehingga penyakit masyarakat dapat dengan mudah dihilangkan.

C. Kata Penutup

Alhamdulillahirabbil'alam, puji syukur kami panjatkan kehadirat-Nya yang telah melimpahkan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan terutama mengenai penggunaan metode dan perumusan isi. Oleh karenanya sangat berharap kritik dan saran dari pembaca dan pemerhati sebagai masukan.

Pada pihak-pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung penulis haturkan terima kasih. Semoga amal kebaikan mereka dibalas yang setimpal oleh Allah SWT Amin.

Akhirnya penulis berdoa semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua Amin.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Munir Mulkan, *Idiologisasi Gerakan Dakwah : Episode Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*, Yogyakarta : Sippres, 1996
- Abu Ridho, *Problematika Dakwah, Problem Visi dan Implikasi, dalm Adi Sasono, (et al), Solusi Islam atas Problematika Ummat*, Jakarta : Gema Insani Pres, 1998
- Ali Moertopo, *Strategi Kebudayaan*, Jakarta : CSIS, 1978
- Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, Bandung : Armico, 1984
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya : Al-Ikhlash, 1994
- Astrid S. Susanto, *Komunikasi Internasional dan Praktek I*, Bandung : PT. Rindang Mukti
- Badudu J.S dan Sutan Muhammad Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1994
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002
- Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta : Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, 1984
- Harun Nasution, *Islam Ditinjau Dari Berbagai Aspek, Jilid I*, Jakarta : UII Pres, 1984
- Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosda Karya, 1999
- Jalaluddin Rahmat, *Rekayasa Sosial : Reformasi atau Revolusi ?*, Bandung : Remaja Rosda Karya
- Jalaluddin Rahmat, *Psilkologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Karya Offset, 1986
- James Lyons, *An Overview of System Analisis In "Approaches to Communication Planning" edited by John Middleton*, Paris: UNESCO, 1980
- Jogo Sulagjo P, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta : Reneka Cipta, 1991
- Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, Jakarta : Profesional Books, 1989

- Khadim Al Haramain Asy Syarifain, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Medina, 1413H
- Kholili H.M, *Program Pariwisata Rohani D.I.Yogyakarta*, Tesis, Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran, Bandung, 1997
- Koentjara Ningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Gramedia Cet XI , 1991
- Lexy JL Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya Cet. 5, 1994
- Onong Uchayana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : Remaja Kasya, 1986
- Poerwodarminto W.J.S, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 1982
- Rafiudin dan Maman Abdul Jalil, *Prinsip-prinsip Strategi Dakwah*, Bandung : Pustaka Setia, 1997
- Santoso Sastropuro, *Komunikasi Internasional*, Bandung : Alumni, 1984
- Sayyid Sabbiq, *Fiqh Sunah jilid 9*, Bandung;:Al-Ma'arif, 1997
- Simuh, *Konsepsi Relevansi dakwah Dalam Pembangunan*, dalam H. Nasrudin Harahap (ed), "Dakwah Pembangunan", Yogyakarta : DPD Golkar I Prop. DIY, 1992
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Sebuah Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta, 1993
- Syaiful Bahri dan Aswan Zain, *Srategi Belajar Mengajar*, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 1997
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Dep. P dan k Jakarta : Balai Pustaka, 1989
- Ton Kertapati, *Dasar-dasar Publisistik*, Jakarta : Percetakan Bina aksara, 1981
- Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : CV. Gaya Media Pratama, 1987
- Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta: PT Intermasa, 1974
- Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah Islam*, Yogyakarta : Al Amin Press, Cet III, 1997