

**Komunikasi Pembangunan Ekonomi Umat
Pasca Pandemi Covid-19 oleh Lazismu Temanggung**



**Oleh:
Rifan Fauzan
NIM: 21202012007**

TESIS

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA**

**Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial**

YOGYAKARTA

2023



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1761/Un.02/DD/PP.00.9/11/2023

Tugas Akhir dengan judul : Komunikasi Pembangunan Ekonomi Umat Pasca Pandemi Covid-19 oleh Lazismu Temanggung

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RIFAN FAUZAN, S.I.Kom
Nomor Induk Mahasiswa : 21202012007
Telah diujikan pada : Jumat, 29 September 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 652f6c9920c25



Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 65227e852f0bc



Penguji III

Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6531f66b73800



Yogyakarta, 29 September 2023

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 654c32f9e989

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rifan Fauzan
NIM : 21202012007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 21 September 2023

yang menyatakan,



Rifan Fauzan
NIM: 21202012007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Komunikasi Pembangunan Ekonomi Umat
Pasca Pandemi Covid-19 oleh Lazismu Temanggung

Oleh

Nama : Rifan Fauzan
NIM : 21202012007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 21 September 2023
Pembimbing

Dr. H. M. Kholili, M.Si

ABSTRAK

Salah satu dampak dari pandemi covid-19 adalah pada sektor ekonomi yang hampir semua sektor mengalami penurunan. Tidak terkecuali di Temanggung sendiri, masyarakat juga terdampak pandemi covid-19, kondisi ekonomi pada masyarakat juga mengalami keterpurukan di berbagai sektor. Masyarakat dalam kondisi ini tentunya harus mendapatkan dukungan secara moral dan materi. Lazismu Temanggung menjadi lembaga yang turut mempunyai andil dalam penanganan dan pemulihan pandemi covid-19 di berbagai sektor termasuk pada sektor ekonomi. Lazismu Temanggung berperan dalam penanggulangan dan pemulihan dari sektor ekonomi melalui program yang telah ditentukan dan telah diadaptasikan dengan kondisi pandemi covid-19.

Penelitian berjenis kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, berfokus untuk menggali terkait pemetaan, perencanaan, dan pelaksanaan komunikasi pembangunan ekonomi umat. Dalam alur komunikasi pembangunan dalam ekonomi umat yang dilakukan oleh Lazismu Temanggung menggunakan komunikasi Top-Down dan Bottom-Up yang dilakukan oleh Lazismu Temanggung dianalisis dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan teori strategi komunikasi pembangunan dari John Middleton, yang mempunyai 10 aspek yang digunakan, yaitu; pengumpulan data base line dan needs assignment, perumusan tujuan komunikasi, analisis perencanaan dan pengembangan strategi, analisis segmentasi khalayak, pemilihan media, desain dan pengembangan pesan, perencanaan manajemen, pelaksanaan pelatihan, implementasi atau pelaksanaan, dan evaluasi program. Dalam teori tersebut ada beberapa aspek yang dalam penelitian tidak terlalu relevan terhadap data yang ditemukan. Alur komunikasi John Middleton pembangunan ekonomi umat yang dilakukan Lazismu Temanggung ada aspek yang tidak selaras dengan apa yang ada di lapangan.

Lazismu Temanggung mengumpulkan data umat yang terdampak oleh pandemi covid-19 dengan bekerjasama dengan MCCC (Muhammadiyah Covid-19 Command Center). Berdasarkan pedoman atau visi misi dan tujuan dari Lazismu yang telah dirumuskan, dipilih umat yang berhak mendapatkan manfaat atau bantuan. Dalam penentuan perencanaan, Lazismu Temanggung mempunyai mekanisme dalam perumusan rencana komunikasinya. Dewan pengawas, dewan syariah, badan pengurus yang akan menentukan kebijakan yang akan dijalankan oleh badan eksekutif yang ada di Lazismu Temanggung. Pelaksanaan atau implementasi komunikasi yang berlangsung dilakukan dengan memanfaatkan pihak – pihak yang ada dalam organisasi Muhammadiyah yang ada di Temanggung.

Kata Kunci: Komunikasi Pembangunan, Ekonomi Umat, Lazismu Temanggung

ABSTRACT

One of the impacts of the Covid-19 pandemic is on the economic sector, where almost all sectors experienced a decline. Temanggung itself is no exception, the community is also affected by the Covid-19 pandemic, the economic condition of the community is also experiencing a downturn in various sectors. People in this condition must of course receive moral and material support. Lazismu Temanggung is an institution that plays a role in handling and recovering from the Covid-19 pandemic in various sectors, including the economic sector. Lazismu Temanggung plays a role in overcoming and recovering the economic sector through programs that have been determined and have been adapted to the conditions of the Covid-19 pandemic.

This research is a descriptive qualitative type of research with data collection methods through observation, interviews and documentation. In this research, the focus is on exploring mapping, planning and implementation of communication for economic development of the community. The development communication flow in the people's economy carried out by Lazismu Temanggung using Top-Down and Bottom-Up communication carried out by Lazismu Temanggung was analyzed in this research. Researchers use John Middleton's development communication strategy theory, which has 10 aspects used, namely; collecting base line data and needs assignment, formulating communication objectives, planning analysis and strategy development, audience segmentation analysis, media selection, message design and development, management planning, training implementation, implementation or implementation, and program evaluation. In this theory there are several aspects that in research are not very relevant to the data found. John Middleton's flow of communication regarding the economic development of the people carried out by Lazismu Temanggung has aspects that are not in line with what is on the ground.

Lazismu Temanggung collects data on people affected by the Covid-19 pandemic in collaboration with MCCC (Muhammadiyah Covid-19 Command Center). Based on the guidelines or vision, mission and goals of Lazismu that have been formulated, people are selected who are entitled to receive benefits or assistance. In determining planning, Lazismu Temanggung has a mechanism for formulating its communication plans. The supervisory board, sharia board, management body will determine the policies that will be implemented by the executive body at Lazismu Temanggung. The implementation or implementation of ongoing communication is carried out by utilizing parties within the Muhammadiyah organization in Temanggung.

Keywords: Development Communication, Community Economy, Lazismu Temanggung

MOTTO

“JIKA SENANG KETIKA DIBERI, MAKA BEGITULAH SEBALIKNYA”

“JANGAN SOMBONG, ADA DOA ORANG TUA DI SETIAP KEAJAIBAN”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah...

Tesis ini saya persembahkan untuk,

Kedua Orang tua saya,

Orang tua saya yang senantiasa memberikan segalanya sehingga saya bisa menempuh pendidikan sampai dengan tingkat Magister ini.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum. Wr.Wb.

Alhamdulillah, Puji syukur kepada Allah Swt. atas rahmat dan karunia-Nya, karya ilmiah ini bisa penulis selesaikan. Shalawat beserta salam penulis kirim kepada Baginda Nabi Muhammad Saw. Karya ilmiah ini, atas izin Allah Swt, dukungan serta motivasi dari berbagai pihak, akhirnya segala rintangan dan tantangan itu bisa terlewati. Penulis dengan penuh rasa hormat yang tinggi dan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya, kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr.Phil. Al Makin, S.Ag., M.A
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M. Pd
3. Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga, Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A yang sangat gigih memberikan motivasi selama proses perkuliahan.
4. Dosen Pembimbing Tesis, sekaligus Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Dr. H. M. Kholili, M.Si., yang dengan sabar memberi bimbingan dan arahan dalam pertemuan demi pertemuan untuk merakit ide-ide tesis ini menjadi karya ilmiah yang layak.
5. Dosen Penguji Tesis, Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A dan Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos., M.Si., yang banyak memberikan arahan agar tesis ini menjadi karya yang lebih baik.
6. Jajaran dosen dan staff yang telah memberikan ilmu dan bantuannya sehingga dapat menyelesaikan studi Magister ini.
7. Kedua Orang tua, Bapak Sumikir dan Ibu Maryatun yang senantiasa memberikan dukungan dan doa sehingga anak laki-laki ini bisa sampai pada titik ini.
8. Mbak ku, Zila Khuzaimah, Mas ku Aris Hangga Wijayanto, dan keponakan, Abrian Zayn Arrayyan, terima kasih telah mendukung dan menjadi penghibur dikala pikiran penuh.

9. Keluarga Prof. Ir. Muji Setiyo. ST., MT. yang telah mendukung sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah Magister ini.
10. Keluarga besar yang telah membantu dari segala hal sehingga tetap bisa “nyedulur” dan menjaga tali silaturahmi.
11. Rekan-rekan seperjuangan, Mahsya Nawaffani; Sintia Hariani Wirianti; Muhammad Solihin; Muh. Ruslan Zamroni; Arhanudri Davi Mawarni; Kharisma Mujahidin; Exsan Adde; Meutia Galuh Utami; Wahyunisa; Desi Hendri Yanti; Nurul Abrori; Akhsan Hidayat; Unsiyatul Uyun; Ariny Izzata Dini; Nurazizah; Armadila; Yuli Andriani; Rafiku Rahman; Chaidirullah; Abdul Aziz.
12. Lazismu Temanggung yang telah bersedia menjadi tempat penelitian dalam penulisan Tesis ini.
13. Sahabat – sahabat saya yang telah menjadi tempat beradu rasa sampai saat ini.
14. Orang – orang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu berproses ketika hidup di Jogja.

Akhirnya, tiada gading yang tak retak, begitu juga karya ini. Saran dan dukungan yang konstruktif sangat penulis harapkan. Wassalamu‘alaikum, Wr. Wb

Yogyakarta, 21 September 2023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Rifan Fauzan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Tinjauan Pustaka.....	9
E. Kajian Teori	12
F. Kerangka Berpikir.....	34
G. Metode Penelitian	35
BAB II.....	39
GAMBARAN UMUM	39
A. Masyarakat Temanggung.....	39
B. Lazismu Temanggung.....	44
C. Covid-19	48
BAB III	54
KOMUNIKASI PEMBANGUNAN EKONOMI UMAT	54
A. Pemetaan Masalah	54
1. Pengumpulan Data Base Line dan Needs Assignment	54
2. Perumusan Tujuan Komunikasi	66
3. Analisis Perencanaan dan Pengembangan Strategi.....	76

4.	Analisis Segmentasi Khalayak	80
B.	Perencanaan komunikasi.....	86
1.	Pemilihan Media	86
2.	Desain dan Pengembangan Pesan	94
3.	Perencanaan Manajemen.....	101
4.	Pelaksanaan Pelatihan	122
C.	Pelaksanaan komunikasi	124
1.	Implementasi atau Pelaksanaan	124
2.	Evaluasi Program	141
BAB IV		146
KESIMPULAN DAN SARAN.....		146
A.	Kesimpulan	146
B.	Saran	148
DAFTAR PUSTAKA		149
LAMPIRAN.....		149
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		149

DAFTAR TABEL

- Tabel 1. 1 Perbedaan Dakwah Mauidah Hasanah dan Dakwah Mujadalah, 15
- Tabel 2. 1 Jumlah Tempat Peribadatan 2022 (Sarana), 42
- Tabel 2. 2 Jumlah Penduduk Kabupaten Temanggung Tahun 2022, 43
- Tabel 2. 3 Visi, Misi, Prinsip, dan Tujuan, 46
- Tabel 2. 4 Struktur Organisasi Lazismu Temanggung, 48
- Tabel 3. 1 Penghimpunan, 142
- Tabel 3. 2 Penyaluran, 143
- Tabel 3. 3 Penyaluran Program Unggulan, 144



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Proses Komunikasi Kelompok, 28
- Gambar 2. 1 Peta Kabupaten Temanggung, 40
- Gambar 2. 2 Penyumbang PDRB Kabupaten Temanggung 2022, 41
- Gambar 2. 3 Kantor Lazismu Temanggung, 45
- Gambar 2. 4 Jumlah Kasus Positif Covid-19 Tahun 2021 di Temanggung, 52
- Gambar 3. 1 Website Lazismu Temanggung, 70
- Gambar 3. 2 Media sosial Instagram Lazismu Temanggung, 71
- Gambar 3. 3 Media sosial Facebook Lazismu Temanggung, 72
- Gambar 3. 4 Media sosial Twitter Lazismu Temanggung, 73
- Gambar 3. 5 Banner QS. At - Taubah 60 di kantor Lazismu Temanggung, 79
- Gambar 3. 6 Publikasi di Instagram Lazismu Temanggung, 88
- Gambar 3. 7 Publikasi di Facebook Lazismu Temanggung, 90
- Gambar 3. 8 Publikasi di Twitter Lazismu Temanggung, 91
- Gambar 3. 9 Susunan Organisasi Lazismu Temanggung, 105
- Gambar 3. 10 Rapat pengurus dalam mengambil kebijakan, 106
- Gambar 3. 11 Pemberdayaan UMKM, 110
- Gambar 3. 12 Rapat internal Lazismu Temanggung, 111
- Gambar 3. 13 Pelaksanaan tasaruf, 116

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat di dunia menghadapi pandemi global yang berlangsung dari tahun 2020. WHO pada tanggal 11 Maret 2020 menetapkan wabah ini sebagai pandemi global¹. Pandemi tersebut dikarenakan adanya temuan wabah virus covid-19 yang menyebar sangat cepat. Covid-19 ini pada mulanya ditemukan di Kota Wuhan Cina pada akhir tahun 2019 lalu yang menyebar ke seluruh dunia pada tahun berikutnya. Di Indonesia sendiri kasus pertama atau orang yang terpapar virus ini berhasil teridentifikasi pada awal tahun tepatnya pada tanggal 2 Maret 2020. Berbagai cara digunakan oleh pemerintah dalam mengantisipasi virus ini, nyatanya tetap tembus juga. Dilansir dari *website* covid19.id yang dimuat oleh *antaranews.com* pada awal tahun baru 2023 terdapat 6.727.847 kasus kumulatif yang teridentifikasi terpapar virus tersebut².

Dalam masa pandemi tersebut tidak hanya berdampak terhadap sektor kesehatan, namun juga merembet ke berbagai sektor termasuk sektor sosial, pendidikan dan ekonomi. Adanya pembatasan gerak dan mobilitas yang membuat kegiatan yang dulunya berjalan lancar menjadi terhenti walaupun juga

¹Muhammad Faniawan Asriansyah, 'Pandemi Covid 19 Dan Upaya Pencegahan', *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*, 2022, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15799/Pandemi-Covid-19-dan-Upaya-Pencegahan.html>, 16 Oktober 2023. 1

²*antaranews*, "Data Perkembangan Covid-19 Di Indonesia", <https://www.antaranews.com/covid-19>, 17 Februari 2023, 1.

ada yang bisa adaptif dengan keadaan yang demikian. Seperti orang-orang yang bekerja yang banyak yang diputus kontraknya atau diberhentikan karena kekurangan bahan yang tidak bisa dipasok karena adanya pembatasan mobilitas yang berpengaruh kepada produksi yang berkurang sehingga beberapa perusahaan melakukan PHK secara besar besaran. Ada juga yang menerapkan *wfh* (*work from home*) atau kerja dari rumah untuk mengakali pembatasan. Namun yang jadi masalah adalah tidak semua perusahaan atau tempat kerja bisa menerapkan *wfh* seperti buruh pabrik.

Tidak sedikit perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja atau PHK secara sepihak, walaupun hal tersebut tidak diperbolehkan dalam perundang-undangan ketenagakerjaan namun hal tersebut tetap dilaksanakan karena perusahaan tidak lagi mampu atau sanggup untuk memenuhi hak dan kewajiban para pekerja yang di PHK³. Dalam dunia pendidikan juga mengalami dampak yang signifikan akibat wabah pandemi ini, terhalangnya proses belajar secara konvensional atau tatap muka menjadi persoalan tersendiri, dimana pada awal diberlakukannya larangan berkerumun menjadikan sekolah – sekolah meliburkan murid-muridnya. Setelah beberapa waktu muncul praktik belajar dari rumah dengan media online seperti media pertemuan digital seperti zoom meeting, google meet, bahkan sampai whatsapp grup menjadi solusi yang digunakan.

³ Syafrida Syafrida, Safrizal Safrizal, and Reni Suryani, "Pemutusan Hubungan Kerja Masa Pandemi Covid- 19 Perusahaan Terancam Dapat Dipailitkan", *Pamulang Law Review*, Vol. 3. No. 1 2020, 19.

Kebijakan yang diberlakukan untuk pembelajaran dari rumah tersebut dilakukan untuk melindungi murid dan juga tenaga pendidikannya juga agar tidak terpapar virus covid-19 yang menyebar secara masif. Dasar dari kebijakan tersebut adalah putusan dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia melalui SE nomor 4 tahun 2020 tentang kondisi kedaruratan covid-19⁴.

Dalam menghadapi pandemi ini ada banyak elemen bekerja sama untuk menemukan solusi, terkait cara beradaptasi dan juga cara mencegah agar tidak tertular virus tersebut. Pembatasan Sosial Berskala Besar atau (PSBB) dilakukan oleh pemerintah untuk membatasi penyebaran covid-19. Penerapan jarak sosial atau social distancing yang berubah menjadi physical distancing juga dilakukan oleh pemerintah guna menekan penyebaran virus ini. Hal tersebut juga sering disebut dengan kebijakan 5M (mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, dan mengurangi mobilitas). Protokol kesehatan 5M tersebut terus digemborkan oleh pemerintah dan juga media.

Vaksinasi untuk covid-19 mulai dilakukan pada awal tahun 2021 tepatnya 21 Januari 2021. Penerima vaksin pertama di Indonesia adalah Presiden Republik Indonesia saat itu yaitu Joko Widodo yang disiarkan langsung di berbagai media, untuk menggerakkan masyarakat untuk melakukan vaksinasi⁵.

⁴ Ahmad Muzawir Saleh, "Problematika Kebijakan Pendidikan Di Tengah Pandemi Dan Dampaknya Terhadap Proses Pembelajaran Di Indonesia", *OSF Preprints*, Vol. 10. No. 2, 2020, 74.

⁵ Setditjen Farmalkes, "Dukungan Penyediaan Vaksin Bagi Keberhasilan Pelaksanaan Vaksinasi COVID-19", <https://farmalkes.kemkes.go.id/2022/01/dukungan-penyediaan-vaksin-bagi-keberhasilan-pelaksanaan-vaksinasi-covid-19/>, 17 Februari 2023. 1.

Berbagai hal yang menjadi dampak atas pandemi virus covid-19 ini masalah yang harus diselesaikan. Selang beberapa bulan atau bahkan setahun setelah adanya vaksinasi kepada masyarakat, pemerintah mencoba mengeluarkan kebijakan yang lebih melonggarkan pembatasan sosial yang dilakukan secara bertahap. Seperti dalam dunia pendidikan dilakukan secara penggabungan *online* dan *offline* yang disebut dengan pembelajaran secara *blended*. Sekarang di tahun 2023 pembelajaran sudah dilakukan secara tatap muka hampir diseluruh tempat pendidikan dengan alasan tercapainya jumlah vaksinasi dan berkurangnya angka positif covid-19.

Dampak pandemi covid-19 dirasakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Masyarakat di Kabupaten Temanggung juga tidak luput yang terdampak oleh pandemi covid-19. Kasus pertama yang terdeteksi di Provinsi Jawa Tengah sendiri ditemukan pada 13 Maret 2020⁶. Setelah ditemukan kasus tersebut pemerintah melakukan berbagai antisipasi untuk menanggulangi penyebaran virus covid-19 tersebut.

Salah satu sektor yang terkena dampak adalah pada sektor ekonomi. Berdasarkan dari data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistika Kabupaten Temanggung pada tahun 2020 terdapat beberapa hal yang ditemukan. Secara umum, pandemi covid-19 berpengaruh kepada penurunan pendapatan sebagian besar masyarakat di Temanggung jika dibandingkan dengan data hasil survey sebelum adanya pandemi covid-19⁷. Bidang usaha

⁶ Wanti Sayekti, *Profil Masyarakat Kabupaten Temanggung Di Era New Normal*, (Temanggung: Badan Pusat Statistik Kabupaten Temanggung, 2020). 1.

⁷ Wanti Sayekti. 21.

yang bergerak pada transportasi umum juga terdampak dengan adanya kebijakan *work from home* yang dilakukan karena mengurangi secara drastis mobilitas masyarakat⁸. Persoalan sekarang adalah mengupayakan bagaimana dari semua elemen untuk bangkit pulih seperti dulu sebelum pandemi terjadi dan juga mengupayakan pengalaman pandemi tersebut dapat meningkatkan kualitas dalam berkehidupan sehari-hari. Perlu kerjasama dari berbagai pihak untuk memulihkan kondisi masyarakat yang terdampak pandemi agar tidak terus terpuruk.

Lazismu merupakan lembaga zakat tingkat nasional yang bergerak dalam bidang pemberdayaan masyarakat dengan cara atau melalui pendayagunaan yang secara produktif pada dana infaq, zakat, wakaf dan dana dari filantropi atau kedermawanan yang bersumber pada perseorangan, lembaga, perusahaan dan juga instansi⁹. Lazismu temanggung juga merupakan salah satu cabang dari Lazismu yang mengelola zakat, infaq, sedekah, pada tingkatan kota atau kabupaten khususnya Kabupaten Temanggung.

Lazismu Temanggung pada tahun 2021 sampai dengan 2023, yang dimana pada tahun tersebut pandemi covid-19 masih pada masa penanganan dan pemulihan. Terdapat data menarik yang ditemukan oleh peneliti yaitu pada tahun 2023 di semester pertama, dana penerimaan dan juga penyaluran manfaat menunjukkan jumlah yang lebih banyak jika dibandingkan dengan data pada tahun 2021 dan 2022 pada satu tahun penuh. Oleh karena itu peneliti tertarik

⁸ Wanti Sayekti. 23.

⁹ Lazismu Temanggung, "Apa Itu Lazismu", <https://lazismutemanggung.org/tentang-kami/>, 4 Maret 2023, 1.

untuk meneliti bagaimana komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh Lazismu temanggung.

Presiden Joko Widodo mengumumkan bahwa pemerintah secara resmi mencabut status pandemi Covid-19 di Indonesia. Selanjutnya, Presiden menyebut bahwa mulai hari ini, Rabu, 21 Juni 2023, Indonesia dinyatakan telah beralih dari masa pandemi menjadi endemi¹⁰. Pernyataan tersebut juga menjadi acuan dari peneliti dalam mencari data yang berkaitan dengan program atau komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh Lazismu Temanggung dalam kondisi pandemi di Temanggung sendiri sehingga menjadi endemi.

Ada lima program yang dijalankan oleh Lazismu Temanggung ini, berdasarkan dari informasi yang diperoleh peneliti dari *website* lazismu Temanggung sebagai berikut¹¹: *Pendidikan*, beasiswa mentari, beasiswa sang surya, peduli guru, dan peduli sarana pendidikan. *Kesehatan*, layanan ambulance gratis, mobil layanan umat, dan bantuan kesehatan. *Ekonomi*, bantuan UMKM dan pembinaan mualaf. *Dakwah*, santunan Da'i dan Back to Masjid. *Sosial Kemanusiaan*, santunan difabel, jum'at berkah, bedah/benah rumah, tanggap bencana, ramadhan berbagi, mudikMu aman, dan qurbanMu¹².

Lazismu merupakan lembaga yang bergerak dalam mengelola zakat, infaq dan wakaf yang digunakan untuk kemaslahatan ummat. Dalam Alquran dan

¹⁰ Humas Kemensetneg, 'Pemerintah Putuskan Indonesia Masuki Masa Endemi', *Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia*, 2023, https://setneg.go.id/baca/index/pemerintah_putuskan_indonesia_masuki_masa_endemi#:~:text=P residen Joko Widodo mengumumkan bahwa,dari masa pandemi menjadi endemi, 16 Oktober 2023. 1.

¹¹ Lazismu Temanggung, "Lazismu Temanggung", <https://lazismutemanggung.org/>, 4 Maret 2023. 1.

¹² Lazismu Temanggung, 1.

Hadis juga disebutkan ada beberapa dalil yang berkaitan dengan zakat, infaq dan wakaf ini. Berikut ini merupakan beberapa ayat dalam Al- Quran dan hadis yang penulis dapatkan yang berhubungan dengan zakat, infaq dan wakaf;

“Jika seseorang meninggal dunia, maka terputuslah amalannya kecuali tiga perkara, sedekah jariyah, ilmu yang dimanfaatkan, dan doa anak yang shalih.” (HR. Muslim)¹³.

Disebutkan bahwa dalam hadis tersebut bahwa amalan yang tidak akan terputus setelah seseorang meninggal adalah sedekah. Ilmu yang bermanfaat, dan doa anak yang shalih. Wakaf merupakan salah satu dari kegiatan sedekah yang merupakan sebuah amalan yang dapat mengalih terus menerus pahalanya.

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka ...” (Al-Qur’an surat At-Taubah: 103).

“Dirikanlah shalat, tunaikan zakat, dan ruku’lah bersama orang-orang yang ruku’” (Al-Qur’an surat Al-Baqarah: 43).

“Makanlah buahnya jika telah berbuah dan tunaikan haknya (kewajibannya) di hari memetik hasilnya (dengan dikeluarkan zakatnya)” (Surat Al-An’am: 141).

“Islam dibangun atas lima rukun: syahadat ‘Tiada Tuhan selain Allah dan Muhammad Saw utusan Allah’, menegakkan shalat, membayar zakat, menunaikan haji dan shaum ramadhan” (HR. Bukhari – Muslim dari Abdullah bin Umar).¹⁴

Peneliti tertarik meneliti tentang cara Lazismu Temanggung dalam melakukan program pemberdayaan dalam sektor ekonomi kepada masyarakat khususnya di Temanggung. Berdasarkan dari penjelasan di awal, kondisi pandemi covid-19 yang banyak merubah bahkan sampai menyebabkan kondisi berbagai sektor vital dalam masyarakat menurun. Di penelitian ini, peneliti

¹³ Islamic Economic UII, ‘Zakat, Infak, Sedekah, Dan Wakaf. Mana Yang Lebih Penting?’, <https://islamic-economics.uui.ac.id/zakat-infak-sedekah-dan-wakaf-mana-yang-lebih-penting/>, 4 Maret 2023, 1.

¹⁴ Lazismu, “Hukum Zakat”, <https://lazismu.org/view/hukum-zakat>, 4 Maret 2023, 1.

tertarik untuk membahas komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh Lazismu Temanggung dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Temanggung pasca pandemi covid-19.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ditetapkan pada penelitian ini sebagai berikut;

1. Bagaimana pemetaan masalah yang dihadapi umat pasca pandemi covid-19 oleh Lazismu Temanggung?
2. Bagaimana perencanaan komunikasi pembangunan umat oleh Lazismu Temanggung?
3. Bagaimana pelaksanaan komunikasi pembangunan terhadap umat pasca pandemi covid-19 oleh Lazismu Temanggung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan oleh peneliti sebelumnya, maka peneliti dapat menentukan tujuan dari penelitian sebagai berikut;

1. Untuk menjelaskan bagaimana lazismu temanggung dalam memetakan masalah yang dihadapi umat pasca pandemi covid-19.
2. Untuk menganalisis bagaimana perencanaan komunikasi pembangunan umat oleh Lazismu Temanggung.
3. Untuk menganalisis bagaimana pelaksanaan komunikasi pembangunan terhadap umat pasca pandemi covid-19 oleh Lazismu Temanggung.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mencari beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai kemiripan dan keterkaitan dengan topik yang diangkat. Tujuan dari menggunakan penelitian terdahulu ini adalah selain dijadikan referensi juga sebagai bahan untuk mencari kebaruan atau novelty dalam penelitian. Penelitian terdahulu yang dipakai berupa Jurnal ilmiah yang sudah di publikasi, Tesis dan Disertasi.

1. Penelitian yang pertama adalah jurnal dari Rahima Zakia yang berjudul “Implementasi Komunikasi Pembangunan pada Kegiatan Dakwah” yang di publikasi di jurnal Tathwir Pembangunan Masyarakat Islam tahun 2018.

Dalam jurnal ini menganggap komunikasi dalam perubahan merupakan suatu proses perubahan sosial yang bertujuan dalam pembangunan adalah menyampaikan informasi pembangunan kepada khalayak atau masyarakat yang dituju sehingga dapat memperoleh kesempatan ikut andil dalam proses pembangunan yang dilakukan¹⁵.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahima Zakia ini membahas tentang komunikasi pembangunan pada kegiatan dakwah yang dilihat dari beberapa faktor yang berpengaruh seperti konsep dakwah,, metode dakwah, serta peran juru dakwah.

¹⁵ R Zakia, “Implementasi Komunikasi Pembangunan Pada Kegiatan Dakwah”, *TATHWIR: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Vol. 1 No. 1 2018, 50.

2. Penelitian selanjutnya adalah jurnal yang berjudul “Hadis-Hadis Komunikasi Pembangunan” oleh Irma Yusriani Simamora yang dipublikasi dalam jurnal *Al-Balagh* volume 1 nomor 1 tahun 2016. Dalam jurnal ini Irma Yusriani Simamora membahas tentang beberapa hadis atau Rasulullah melakukan kegiatan komunikasi pembangunan. Dalam penelitian ini membahas tentang pesan yang disampaikan oleh Rasulullah yang bertujuan merubah akidah, sikap, perilaku agar manusia dapat berubah menjadi lebih baik¹⁶.
3. Penelitian yang berjudul Komunikasi “Pembangunan melalui Pemberdayaan Masyarakat untuk Pengentasan Kemiskinan” oleh Peinina Ireine Nindatu yang dipublikasi oleh Jurnal *Perspektif Komunikasi* volume 3 nomor 2 tahun 2019¹⁷. Dalam jurnal ini pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu bagian dari komunikasi pembangunan yang mempunyai tujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Strategi yang digunakan dalam penelitian tentang pemberdayaan masyarakat dalam pengentasan kemiskinan ini adalah berbasis partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi hingga pencapaian hasil dari rangkaian proses tersebut.
4. Jurnal yang berjudul “Komunikasi Pembangunan di Era Digital Melalui E-Government dalam Pelayanan Publik dan Pemberdayaan”

¹⁶ Irma Yusriani Simamora, ‘Hadis - Hadis Komunikasi Pembangunan’, *Al-Balagh*, Vol. 1 No. 1 2016, 71.

¹⁷ Peininan Ireine Nindatu, ‘Komunikasi Pembangunan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengentasan Kemiskinan’, *Jurnal Persektif Komunikatif*, Vol. 3 No. 2 2019, 91.

oleh Rili Windiasih yang di publish dalam jurnal *Suluh Pembangunan: Journal of Extension and Development* volume 1 nomor 1 tahun 2019. Dalam jurnal ini Rili Windiasih membahas bagaimana komunikasi pembangunan berjalan di era digital sekarang. Penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya komunikasi pembangunan dengan media yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi melalui e-Government dalam meningkatkan pelayanan publik ke arah lebih baik dan lebih cepat. Namun selain pemanfaatan media tersebut perlunya mengantisipasi adanya kesenjangan teknologi informasi sehingga perlunya kegiatan untuk meningkatkan sumber daya manusia terkait hal tersebut¹⁸.

5. Penelitian selanjutnya yang dijadikan kajian dalam penelitian ini adalah Tesis yang berjudul “Komunikasi Pembangunan Berbasis Agama di Desa Caturtunggal” yang ditulis oleh Thibburuhany¹⁹. Topik yang diteliti dalam tesis ini adalah tentang program keagamaan yang ada di Desa Caturtunggal. Hasil dari penelitian ini adalah program kegiatan keagamaan ini dapat berpengaruh kepada kedekatan masyarakat dengan pemerintah desa sehingga berpengaruh meningkatkan partisipasi pembangunan desa. Penyusunan perencanaan, komunikator, sehingga pesan dapat dilakukan dalam

¹⁸ Rili Windiasih, ‘Komunikasi Pembangunan Di Era Digital Melalui E-Government Dalam Pelayanan Publik Dan Pemberdayaan’, *Suluh Pembangunan: Journal of Extension and Development*, Vol. 1 No.1 2019, 14.

¹⁹ Thibbuurhany, ‘Komunikasi Pembangunan Berbasis Agama Di Desa Caturtunggal’ <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/53311/>, (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022)

program keagamaan tersebut secara beriringan. Dan kegiatan tersebut berjalan secara efektif berdasarkan faktor-faktor yang telah dicapai.

E. Kajian Teori

1. Dakwah

Ajaran agama islam adalah ajaran yang penuh kasih sayang yang disampaikan dengan kasih sayang juga. Islam juga merupakan agama yang memberi rahmat bagi manusia karena memberi manfaat bagi kehidupan manusia. Sebagai seorang yang memeluk agama Islam, mengaplikasikan bahwa islam adalah agama yang memberi manfaat bagi manusia adalah wajib bagi setia pemeluk ajaran islam untuk menyebarkan hal baik yang bermanfaat bagi sesama manusia.

Dakwah merupakan sebuah kegiatan yang harusnya bisa dilakukan oleh setiap orang dengan bermodal dari apa yang mereka ketahui. Seperti yang telah disampaikan oleh Nabi Muhammad dalam sebuah hadist dari Abdillah ibn Amr ibn Ash RA, “Sesungguhnya Nabi Muhammad SAW bersabda, “Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat. Berkisahlah tentang Bani Israel dan tidak apa-apa. Barangsiapa berdusta atas namaku, maka bersiaplah mendapatkan kursinya dari api neraka.” (HR Bukhari). Dari hadis tersebut menyerukan bahwa menyampaikan sebuah informasi atau hal baik dianjurkan oleh Nabi Muhammad kepada umatnya.

Dakwah tidak selalu menggunakan sarana formal seperti, mimbar, majelis di suatu masjid, atau pengajian pada umumnya. Dakwah juga bisa dilakukan dengan memperhatikan kondisi sasaran dakwahnya. Karena pada

intinya dakwah dilakukan untuk mengajak orang lain untuk meningkatkan kualitas keimanan untuk berubah menjadi manusia yang lebih baik²⁰. H. M Arifin, sebagaimana dikutip oleh Samsul Munir Amin bahwa dakwah adalah amalan usaha yang isinya menyerukan kepada manusia atau seluruh manusia. Dengan menyerukan kebaikan amar ma'ruf nahyi mungkar dengan cara dan media yang yang bisa menyangkup akhlak pengamalan dalam membimbing masyarakat menuju ke kehidupan yang lebih baik²¹.

Dalam menggunakan model dakwah menurut Kholili, ada dua model yang digunakan yaitu;

a. Muaidhah Hasanah dengan Komunikasi Penerangan-Penyiaran²²

Dakwah muaidhah hasanah ini dilakukan dengan komunikasi penerangan atau penyiaran, dakwah yang bersifat menyampaikan dan bisa dapat dengan mudah untuk dipahami. Menurut Effendi dalam Kholili, dakwah model muaidhah hasanah ini termasuk dalam komunikasi yang informatif. Dalam melakukan dakwah muaidhah hasanah ini seorang dai perlu memegang beberapa prinsi berikut ini;

- 1) Membatasi jumlah informasi dan bisa mengembangkan apa yang dipresentasikan.
- 2) Menekankan manfaat dari informasi sehingga akan cenderung lebih diperhatikan.

²⁰ Ahmad Zaini, 'Dakwah Dan Pemberdayaan Masyarakat Perdesaan', *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 37 No.2 2017, 287

²¹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Sinar Grafika Ofset, 2009).

²² M. Kholili, 'Model Komunikasi Untuk Dakwah: Dakwah Ramah Untuk Semua', (Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2019) 9.

- 3) Menggunakan informasi yang disampaikan dengan pengetahuan audiens agar mudah dipahami.
- 4) Menyajikan informasi yang dapat dengan mudah ditangkap oleh alat indra manusia agar mudah diingat.
- 5) Variasikan tingkat abstraksi dengan mengolah atau menggabungkan sajian abstrak dan rincian secaraimbang.

b. Dakwah Mujadalah dengan Komunikasi Penyuluhan²³

Dakwah dengan model mujadalah ini merupakan bentuk sambungan dari dakwah mauidah hasanah sebagai bentuk wujud implementasi dari sifat komunikasi yang informatif. Komunikasi penyuluhan digunakan dalam model dakwah mujadalah ini karena terjadinya proses seseorang memperoleh ajaran atau ide baru yang cenderung tidak bisa dilaksanakan tanpa adanya penyuluhan. Menurut Subejo dalam Kholili, penyuluhan difungsikan untuk meningkatkan pengetahuan, sikap dan keterampilan. Oleh karena itu pentingnya dakwah mujadalah disini adalah untuk membantu masyarakat atau tujuan dakwah agar bisa berkembang dengan tidak hanya mencerna dakwah yang disampaikan namun juga dapat mengaplikasikan informasi yang didapat dengan baik.

Berikut dikutip dari Kholili terkait perbedaan antara dakwah mauidah hasanah dan dakwah mujadalah;

²³ Kholili. 11

Tabel 1. 1 Perbedaan Dakwah Maudiah Hasanah dan Dakwah Mujadalah²⁴

Aspek	Penerangan	Penyuluhan
Tujuan	Berhasil jika pesan diterima	Berhasil apabila sasaran telah menerapkan materi
Komunikasi	Satu arah	Dua arah
Petugas	Siapa saja mampu menyampaikan pesan	Petugas yang menguasai masalah
Pendekatan	Massal, menggunakan media	Kombinasi dan bertahap (massal, kelompok, dan perorangan)
Materi	Pesanya sifatnya umum	Spesifik dan melalui kajian mendalam (pertimbangan teknis, sosekbud)

2. Komunikasi dakwah

Sebagai seorang muslim secara umum bisa dikatakan seorang pendakwah yang mempunyai kewajiban untuk menyampaikan ajaran islam²⁵. Seperti yang disebutkan dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 16; *“Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dia lah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”* (QS. An-Nahl (16): 125)

Dakwah merupakan sebuah kegiatan untuk menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Menurut Arifin dakwah merupakan kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tertulis, bahkan sampai perilaku yang dilakukan secara sadar maupun tidak sadar dalam rangka untuk mempengaruhi orang lain baik itu perorangan atau kelompok. Tujuan dari dakwah tersebut merupakan

²⁴ Kholili. 12

²⁵ Arifah Nurtsania Ardiyanti, ‘Dakwah Humanis Sebagai Upaya Penanggulangan Radikalisme Di Indonesia’, *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 19 No. 2 2019, 181.

agar timbulnya kesadaran, penghayatan serta pengamalan tentang ajaran agama tanpa ada paksaan di dalamnya²⁶.

Menurut Miller dalam Muslimin Ritonga menjelaskan komunikasi tidak hanya sekedar pesan, lambang, atau tanda yang disampaikan namun juga kegiatan untuk mempengaruhi orang dalam kegiatan atau tindakan tertentu²⁷. Berdasarkan pengertian tersebut berarti pengertian antara komunikasi dan dakwah merupakan satu rumpun aktivitas yang sama, yaitu kegiatan menyampaikan pesan untuk mempengaruhi orang lain. Namun tidak hanya pengertian singkat tersebut, komunikasi dakwah merupakan mendorong komunikan atau penerima dakwah (mad'u) untuk bersikap melaksanakan ajaran-ajaran agama dahulu sebelum memberikan pengertian, mempengaruhi dan juga membangun hubungan baik secara dengan sesama²⁸.

Komunikasi dakwah merupakan sebuah proses dalam penyampaian informasi dari seseorang atau kelompok kepada seseorang atau kelompok juga yang bersumber dari kitab suci Al-Quran maupun Hadis menggunakan tanda atau lambang baik secara lisan atau tertulis dengan maksud dan tujuan untuk mengubah sikap, perilaku, kepribadian, keyakinan yang sesuai dengan ajaran islam²⁹.

3. Komunikasi Pembangunan

²⁶ M Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997).

²⁷ Muslimin Ritonga, 'Komunikasi Dakwah Zaman Milenial', *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan*, Vol. 3 No. 1 2019, 64.

²⁸ Ritonga. 65

²⁹ Imam Safii, 'Modul Komunikasi Dakwah', 2019, 10.

Komunikasi dan pembangunan merupakan dua hal yang saling mempunyai hubungan. Menurut Roy dan Jayawera konteks komunikasi dalam pembangunan adalah sebagai bagian integral dari pembangunan, dan komunikasi sebagai seperangkat variabel instrumental dalam mewujudkan pembangunan. Sedangkan menurut Siebert, Peterson dan Schramm menyatakan bahwa komunikasi manusia seseorang harus memperhatikan apa yang telah ada dalam masyarakat termasuk kepercayaan dan norma yang ada³⁰.

Komunikasi pembangunan merupakan komunikasi yang bersifat linier. Salah satu bentuk komunikasi yang bersifat linier adalah yang dikemukakan oleh Lasswell “*Who, Says What, in which, To Whom, With Effect*”³¹. Komunikasi yang dikemukakan oleh Lasswell tersebut merupakan salah satu rangkaian yang cukup lengkap dalam menjelaskan tentang sebuah komunikasi. Bermula dari siapa yang menyampaikan pesan sampai dengan pesan tersebut diterima oleh penerima pesan dan pada tujuan akhir komunikasi adalah pesan yang tersampaikan tersebut dapat menimbulkan efek terhadap penerimanya.

Pembangunan merupakan sebuah usaha yang dilakukan untuk meningkatkan taraf ekonomi, dan kehidupan pada umumnya. Pembangunan

³⁰ Mukti Sitompul, ‘Konsep – Konsep Komunikasi Pembangunan’, 2019, 1.

³¹ Dani Kurniawan, ‘Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan’, *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, Vol. 2 No. 1 2018, 62.

sendiri sering dikaitkan hal yang modern, perubahan sosial, industrialisasi, kebaratan (western), pertumbuhan (growth), dan evolusi budaya sosial³².

Konsep pembangunan juga sering dikaitkan dengan perubahan sosial. Artinya, masyarakat berupaya untuk mengubah cara mereka hidup dan berinteraksi dengan lingkungan mereka. Ini bisa berarti menggeser dari tradisi ke arah gaya hidup yang lebih kontemporer atau modern.

Industrialisasi menjadi bagian integral dari definisi pembangunan ini. Proses ini melibatkan pergeseran dari sektor pertanian yang dominan menuju sektor industri dan manufaktur yang lebih maju. Dengan memproduksi barang dan jasa dalam skala besar, masyarakat dapat mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan.

Westernisasi merupakan faktor yang sering terkait dengan pembangunan. Ini mencakup adopsi atau pengaruh budaya Barat dalam masyarakat, seperti gaya hidup, nilai-nilai, dan norma-norma yang lebih umum di negara-negara Barat. Pengaruh ini bisa membawa perubahan budaya dan sosial dalam masyarakat yang mengadopsinya.

Pertumbuhan ekonomi menjadi bagian penting dari pembangunan. Ini mengacu pada peningkatan dalam produksi barang dan jasa, serta pendapatan individu dan keseluruhan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang kuat dapat membantu mengangkat taraf hidup masyarakat secara keseluruhan.

³² Kamaruddin, *Modul Komunikasi Sosial Dan Pembangunan* (Aceh: UNIVERSITAS MALIKUSSALEH, 2014).

Terakhir, evolusi budaya sosial merujuk pada perubahan yang terjadi dalam budaya dan nilai-nilai masyarakat seiring berjalannya waktu. Perubahan ini bisa terjadi akibat berbagai faktor, termasuk kontak dengan budaya lain, teknologi baru, dan perubahan dalam kehidupan sehari-hari.

4. Komunikasi Top-Down dan Bottom-Up

Dalam sebuah kegiatan yang dilakukan oleh instansi, baik itu instansi swasta maupun negeri pastinya adanya hubungan komunikasi dari instansi dengan masyarakat atau dengan klien. Bentuk hubungan komunikasi yang dilakukan oleh instansi dengan masyarakat biasa disebut dengan Top-Down dan Bottom-Up. Wayne Parson membagi model implementasi kebijakan yang dilakukan oleh instansi atau organisasi yaitu: Top-Down, model pendekatan Bottom-Up³³.

Bentuk komunikasi *Top-Down* merupakan hubungan dari instansi kepada masyarakat, atau dengan bahasa lain komunikasi *Top-Down* ini komunikasi yang memiliki arah dari atas ke bawah. Komunikasi *Top-Down* juga merupakan jenis kegiatan yang bisa dilakukan oleh instansi kepada masyarakat tanpa melibatkan aspirasi dari masyarakat, sehingga dalam komunikasi *Top-Down* ini masyarakat cenderung pasif³⁴. Salah satu bentuk dari kegiatan komunikasi *Top-Down* adalah kegiatan pengumuman,

³³ Wayne Parson, *Public Policy: An Introduction to the Theory and Practice of Policy Analysis*, ed. by Tri Wibowo Budi Santoso (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008).

³⁴ Hikmawati Fajri Devi Safitri and Tjut Afrieda Syahara, 'Model Komunikasi Top-Down Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa', *Borobudur Communication Review*, Vol. 1 No. 1 2021, 15.

penyuluhan, dan pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat.

Komunikasi Top-Down adalah bentuk komunikasi di mana arus informasi, kebijakan, dan pesan berasal dari pihak yang memiliki posisi atau jabatan yang lebih tinggi dalam struktur organisasi atau hirarki dan ditujukan kepada pihak yang memiliki posisi atau jabatan yang lebih rendah atau kepada masyarakat umum. Dalam konteks ini, pesan atau informasi mengalir dari atas ke bawah dalam hierarki.

Dalam komunikasi Top-Down, pihak yang memiliki otoritas dan kendali adalah yang memutuskan jenis informasi yang akan disampaikan, kapan, dan bagaimana. Pesan ini bisa berupa kebijakan, instruksi, arahan, atau informasi lainnya. Bentuk komunikasi ini sering kali digunakan oleh pemerintah, organisasi besar, dan lembaga dengan struktur hierarki yang jelas.

Berbanding terbalik dengan bentuk komunikasi *Top-Down*, bentuk komunikasi *Bottom-Up* ini mempunyai arah dari masyarakat kepada instansi dalam proses komunikasinya. Komunikasi *Bottom-Up* dalam organisasi secara prakteknya adalah komunikasi yang dilakukan oleh orang yang memiliki jabatan yang lebih rendah kepada orang yang menduduki jabatan yang lebih tinggi seperti supervisor, direktur atau manajer dalam perusahaan³⁵.

³⁵ Fajar Pahlawan and Selvia Dewi Rahayu, 'Komunikasi Interpersonal , Komunikasi Adalah Komunikasi Umum , Yang Banyak Digunakan Oleh Banyak Masyarakat', *Jurnal Syntax Transformation*, Vol. 1 No. 5 2020, 112.

Komunikasi Bottom-Up adalah suatu bentuk komunikasi di mana arus informasi dan komunikasi mengalir dari tingkat bawah organisasi atau masyarakat kepada tingkat yang lebih tinggi. Dalam konteks organisasi, ini berarti bahwa informasi, masukan, dan umpan balik datang dari individu atau kelompok yang memiliki posisi atau jabatan yang lebih rendah kepada individu atau kelompok yang memiliki posisi atau jabatan yang lebih tinggi dalam hirarki organisasi.

Dalam komunikasi Bottom-Up, komunikasi dilakukan dari sudut pandang anggota atau masyarakat umum yang berinteraksi langsung dengan situasi atau isu tertentu. Mereka dapat memberikan masukan, pendapat, usulan, atau laporan mengenai hal-hal yang mereka alami atau amati dalam lingkungan mereka. Informasi ini kemudian mengalir ke atas dalam struktur organisasi atau hierarki.

Di dalam organisasi, komunikasi Bottom-Up sering terjadi ketika pegawai yang berada di tingkat operasional atau lapangan ingin berbagi ide, masukan, atau masalah yang mereka temui sehari-hari dengan manajer atau pimpinan. Ini membantu manajemen mendapatkan wawasan langsung dari sumber terdekat mengenai bagaimana proses operasional berjalan dan dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik.

5. Teori Strategi Komunikasi Pembangunan John Middleton

Dalam buku karya Cangara, John Middleton menjelaskan bahwa komunikasi pembangunan diawali dengan penelitian atau riset untuk memperoleh data, dan upaya untuk memperoleh hal yang dibutuhkan oleh

masyarakat atau khalayak (*needs assessment*). Model perencanaan komunikasi ini disusun secara rinci karena berbasis dari data *base*. Dalam model ini juga menggunakan manajemen sistem informasi yang berguna dalam analisis perencanaan dan pengembangan strategi, serta pemilihan khalayak yang sesuai³⁶.

Model komunikasi oleh John Middleton ini ada 10 tahapan yang dilalui dalam melakukan komunikasi yang akan dilakukan³⁷;

- a. Pengumpulan data base line dan needs assignment
- b. Perumusan tujuan komunikasi
- c. Analisis perencanaan dan pengembangan strategi
- d. Analisis segmentasi khalayak
- e. Pemilihan media
- f. Desain dan pengembangan pesan
- g. Perencanaan manajemen
- h. Pelaksanaan pelatihan
- i. Implementasi atau pelaksanaan
- j. Evaluasi program

Data awal (*baseline*) mengenai situasi, tren, dan kondisi yang ada dikumpulkan. Selain itu, "*Needs Assignment*" merujuk pada mengidentifikasi kebutuhan komunikasi yang perlu dipenuhi berdasarkan

³⁶ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017).

³⁷ Cangara.

data yang diperoleh. Ini membantu dalam memahami kondisi awal dan kebutuhan masyarakat atau organisasi.

Perumusan tujuan komunikasi, di tahap ini, tujuan-tujuan spesifik komunikasi ditentukan. Tujuan ini harus jelas, terukur, realistis, relevan, dan berbatasan waktu. Tujuan bisa berupa peningkatan kesadaran, perubahan perilaku, atau pencapaian hasil tertentu dalam konteks komunikasi.

Analisis perencanaan dan pengembangan strategi, analisis ini mencakup evaluasi mendalam tentang tantangan, peluang, dan konteks yang ada. Berdasarkan analisis ini, strategi komunikasi dirancang. Strategi ini dapat berfokus pada penggunaan pendekatan, pesan, dan saluran komunikasi yang paling efektif.

Analisis segmentasi khalayak merupakan pemahaman mendalam tentang berbagai segmen khalayak sangat penting. Pada tahap ini, audiens potensial diidentifikasi dan diklasifikasikan berdasarkan karakteristik seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan minat. Ini membantu dalam menyusun pesan yang sesuai dan menargetkan pendekatan yang tepat.

Pemilihan media, dalam tahap ini setelah audiens diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah memilih saluran atau media yang paling efektif untuk mencapai audiens target. Media bisa berupa televisi, radio, media sosial, cetak, atau kombinasi dari beberapa saluran.

Desain dan pengembangan pesan yang akan disampaikan kepada audiens dirancang di tahap ini. Pesan harus sesuai dengan tujuan komunikasi dan segmentasi khalayak, serta mudah dimengerti dan relevan.

Perencanaan manajemen merupakan tahap ini melibatkan pengaturan jadwal, sumber daya, dan tim yang terlibat dalam pelaksanaan program komunikasi. Ini mencakup alokasi anggaran, sumber daya manusia, dan waktu yang diperlukan.

Pelaksanaan pelatihan dalam tahap ini melibatkan pelatihan tim atau relawan yang akan terlibat dalam pelaksanaan komunikasi. Pelatihan dapat berkaitan dengan keterampilan komunikasi, manajemen waktu, atau penggunaan alat komunikasi tertentu.

Implementasi atau pelaksanaan merupakan tahap di mana rencana komunikasi dijalankan. Pesan-pesan disebarkan melalui saluran yang telah dipilih dan strategi yang telah dirancang. Pelaksanaan harus sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan.

Evaluasi program dilakukan setelah program komunikasi dijalankan, evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana tujuan-tujuan yang telah ditetapkan tercapai. Evaluasi melibatkan pengumpulan data dan analisis tentang dampak komunikasi, keberhasilan mencapai tujuan, serta feedback dari audiens dan pihak terlibat.

Dalam pengumpulan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, yang harus diperhatikan adalah identifikasi masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Selanjutnya dapat diketahui mana prioritas dibutuhkan. Penerapan strategi atau pelaksanaan juga tergantung dari apa yang

dibutuhkan oleh masyarakat³⁸. Perencanaan dan pengembangan strategi tergantung dari partisipasi semua orang yang terlibat dari kegiatan yang dilakukan. Menampung ide-ide yang ditawarkan selanjutnya dapat dipilih untuk merumuskan ke perencanaan dan pengembangan yang tepat.

Pemilihan media yang digunakan harus sesuai dengan keadaan kondisi masyarakat yang dihadapi. Ada dua pilihan berdasarkan dengan luasan masyarakat yang dihadapi. Untuk masyarakat luas dianjurkan menggunakan media massa yang jangkauannya luas sedangkan untuk masyarakat yang segmentasinya tidak terlalu luas, bisa menggunakan media yang tidak terlalu luas seperti pertemuan dengan kelompok secara langsung. Semua tahapan yang disebutkan dalam model atau teori yang dikemukakan oleh John Middleton tersebut, berhubungan satu sama lain yang bertujuan terwujudnya kegiatan perencanaan komunikasi pembangunan. Ada beberapa jenis komunikasi yang terjadi dalam proses ini, seperti komunikasi persuasif dan komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi. Untuk arah komunikasi yang berlangsung juga memungkinkan adanya dua jenis arah komunikasi yaitu komunikasi ke bawah atau *Top Down* dan komunikasi ke atas atau *Bottom Up*.

John Middleton juga menjelaskan dalam Cangara, Perencanaan komunikasi dibentuk untuk mengubah sifat atau perilaku dan membuat keahlian-keahlian tertentu diantara individu dan kelompok yang

³⁸ R Adhikarya, *Strategic Extension Campaign: A Participatory-Oriented Method of Agricultural Extension.*, 1994. 7.

mempunyai tugas masing-masing dalam sebuah keorganisasian. Oleh karena itu penempatan sumber daya komunikasi diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Sumber daya yang dimaksud dalam hal ini antara lain media massa dan komunikasi interpersonal³⁹. Dalam perumusan untuk menentukan tujuan dari kegiatan, lebih baiknya dengan memperhatikan masalah yang dihadapi atau yang ditemukan. Selanjutnya dalam penentuan tujuan kegiatan harus dengan jelas dan terukur agar dapat mudah untuk di evaluasi⁴⁰.

Berdasarkan apa yang telah dijabarkan diatas, maka perencanaan komunikasi bisa dilakukan dengan baik melalui 10 tahapan yang telah dikemukakan oleh John Middleton. Oleh karena itu peneliti menggunakan teori atau model perencanaan komunikasi dari John Middleton ini menjadi bahan atau alat yang digunakan dalam menemukan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

6. Komunikasi Kelompok

Komunikasi ini merupakan sebuah komunikasi yang berlangsung antara komunikator dengan komunikannya lebih dari 2 orang. Komunikasi kelompok hampir mirip dengan komunikasi interpersonal, dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan yang dibalas dengan pesan yang telah diinterpretasikan oleh penerima atau komunikan. Perbedaan yang mencolok antara komunikasi kelompok dan komunikasi

³⁹ Cangara.

⁴⁰ John Middleton and Dan J. Wedemeyer, *Methods of Communication Planning, Monographs on Communication Planning* (Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 1985). 21

interpersonal adalah dibagian intensitas antara individu-individu tersebut berjumpa⁴¹. Komunikasi kelompok juga hampir mirip dengan komunikasi organisasi karena adanya pelaku atau gabungan dari beberapa individu yang melakukan komunikasi. Perbedaan dari komunikasi kelompok dengan komunikasi organisasi adalah setiap individu dalam organisasi mempunyai tugas, peran, dan jabatan yang diemban masing-masing⁴². Perencanaan komunikasi diperlukan dalam kegiatan atau penyampaian ide dan gagasan. Oleh karena itu hal-hal yang berhubungan dengan komunikasi dalam organisasi haruslah difungsikan dengan baik agar tujuan atau realisasi dari kegiatan bisa berjalan dengan lancar⁴³.

Komunikasi sangat dibutuhkan dalam sebuah kelompok untuk menunjang kekompakan didalamnya. Hal ini dikarenakan informasi yang dibagikan dalam setiap pertemuan atau hubungan dari antar anggotanya⁴⁴. Menurut Hariadi, kelompok dapat dilihat dari 4 hal yaitu⁴⁵:

- a) Motivasi, (Bass) kelompok merupakan kumpulan individu yang keberadaannya sebagai kumpulan yang memberikan reward kepada individu-individu lainnya.
- b) Atas dasar tujuan, (Mills) sebuah kesatuan yang terdiri atas beberapa orang yang memiliki tujuan yang sama.

⁴¹ Ririn Puspita Tutiasri, 'Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok', *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, Vol. 4 No.1 2016, 82.

⁴² Rifan Fauzan, 'Etika Komunikasi Dalam Organisasi Perspektif Al-Quran', *Al-Idza'ah*, Vol. 5 No. 1 2023, 57.

⁴³ Amri Syarif Hidayat, *Perencanaan Komunikasi Hakikat Dan Implementasi* (Solo, Pustaka Iltizam, 2015).

⁴⁴ Tutiasri. 82.

⁴⁵ Tutiasri. 83.

- c) Segi interdependensi, (Friedler) kelompok adalah sekumpulan orang yang saling bergantung satu sama lain.
- d) Dasar interaksi, (Bouner) kelompok merupakan sebuah kumpulan orang yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi.

Komunikasi kelompok yang berdasarkan dari beberapa pengertian yang telah peneliti jabarkan diatas adalah suatu kumpulan orang-orang yang tergabung dalam suatu ikatan yang mempunyai tujuan yang sama dan saling membutuhkan antar sesama anggota. Komunikasi dalam kelompok merupakan hal yang sangat fundamental karena dalam sebuah kelompok tentunya sangat bergantung dengan arus informasi yang harus dijaga agar tetap kondusif sehingga tujuan dari kelompok bisa tercapai. Dalam Gambar I.1 dijabarkan bagaimana alur dan saling keterkaitannya antara pesan ketika komunikasi kelompok berjalan.



Gambar 1. 1 Proses Komunikasi Kelompok⁴⁶

⁴⁶ Tutiasri. 85

7. Komunikasi Persuasif

Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif menurut Anderson dalam Fitria adalah sebuah bentuk komunikasi yang disampaikan oleh komunikator yang memiliki sifat atau tujuan untuk mempengaruhi sikap, keyakinan, dan juga perilaku komunikan baik inti individu maupun kelompok dengan menggunakan pesan yang disampaikan⁴⁷.

Menurut Devito komunikasi persuasif merupakan suatu teknik komunikasi yang dapat mempengaruhi pikiran manusia dengan memanfaatkan data psikologis atau sosiologis pada komunikan atau individu yang dipengaruhi⁴⁸. Komunikan dalam komunikasi persuasif ini lebih cenderung ditempatkan sebagai objek dalam komunikasi karena diharapkan efek yang terjadi pada komunikan sesuai dengan tujuan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator.

Littlejohn, dll menjelaskan bahwa komunikasi persuasif merupakan suatu proses pengiriman pesan baik sengaja atau tidak disengaja kepada komunikan baik individu atau kelompok dengan cara verbal maupun nonverbal guna mendapatkan respon⁴⁹.

a. Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Persuasif

⁴⁷ Maria Fitriah and Ike Atikah Ratnamulyani, 'Pengaruh Komunikasi Persuasif Dalam Penyuluhan Produksi Pangan Industri Rumah Tangga Terhadap Perubahan Sikap Para Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kota Bogor', *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 13 No. 2 2016, 2.

⁴⁸ A. Devito Joseph, *Komunikasi Antarmanusia* (Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group, 2010).

⁴⁹ Stephen W & Karen A. Foss Littlejohn, *Teori Komunikasi*, 9th edn (Jakarta: Salemba Humanika, 2009).

Cangara menyebutkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses berlangsungnya komunikasi persuasif yaitu⁵⁰;

1) Kejelasan Tujuan

Tujuan utama dari komunikasi persuasif ini adalah mempengaruhi komunikan agar bisa merubah sikap atau perilaku, oleh karena itu penggunaan pesan dalam komunikasi ini harus diperhatikan atau disusun untuk memperkuat tujuan persuasifnya.

2) Memilih Strategi yang Tepat

Dalam memilih strategi yang tepat digunakan dalam kegiatan komunikasi persuasif ini harus memperhatikan waktu, sasaran, tempat, pesan, dan mengapa harus disampaikan. Komunikasi persuasif ini juga merupakan gabungan dari persuasif dan juga manajemen komunikasi sehingga perlu disusun strategi yang tepat.

3) Memikirkan secara Cermat Orang yang Dihadapi

Melihat atau mencermati individu atau kelompok yang menjadi komunikan dalam komunikasi persuasif menjadi penting.

Keragaman yang menjadi latar belakang komunikan seperti, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, demografis dan lain sebagainya.

Latar belakang tersebut bisa kita gunakan sebagai dasar untuk menyusun pesan persuasif yang tepat untuk digunakan.

b. Prinsip Komunikasi Persuasif

⁵⁰ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010).

Littlejohn, dll menyebutkan ada 4 yang menjadi prinsip dari komunikasi persuasif ini, yaitu⁵¹;

1) Prinsip Pemaparan Selektif

Ada dua dalam prinsip pemaparan selektif ini, yaitu pertama komunikasi secara aktif mencari informasi dengan dukungan nilai, opini, kepercayaan, perilaku dan mereka bisa memutuskan sendiri. Kedua, komunikasi mencoba menghindari ketidaksamaan informasi dengan apa yang mereka percaya.

2) Prinsip Partisipasi Khalayak

Keterlibatan khalayak atau komunikasi dalam komunikasi persuasif ini bisa menjadi salah satu alasan bisa terjadinya komunikasi persuasif yang efektif. Keaktifan komunikasi yang menanggapi secara positif pesan yang disampaikan atau diperoleh komunikasi menunjukkan komunikasi persuasif berhasil.

3) Prinsip Besaran Perubahan

Besaran perubahan yang dihadapi oleh komunikator dalam komunikasi persuasif ini berbanding lurus dengan tantangan yang dihadapi untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

4) Prinsip Inkulsi

Terkadang ketika komunikator sudah memaparkan pesan kepada komunikasi akan dan pertanyaan atau sanggahan atau pesan tersebut, oleh karena itu perlu persiapan atas hal tersebut. Hal

⁵¹ Littlejohn.

tersebut dikarenakan tidak setiap komunikasi persuasif berjalan sesuai keinginan.

8. Komunikasi Instruksi

Dalam Webster's *Thrid new International Dictionary of the English Language* mencantumkan kata instructional (dari kata *to instruct*) dengan arti memberikan pengetahuan dalam berbagai seni atau spesialisasi tertentu atau dapat berarti pula "mendidik bidang pengetahuan tertentu"⁵². Pengertian komunikasi instruksional lainnya dikemukakan oleh Lashbrook dan Wheelless dalam Nimmo, menjelaskan bahwa komunikasi instruksional sebagai studi komunikasi yang terdiri dari berbagai variabel seperti strategi, proses, teknologi dan atau suatu sistem yang berhubungan dengan formal dan penguasaan materi serta modifikasi hasil belajar (*the study of communication variables, strategies, technologies, and or system asa relate to formal instruction and acquisition and modifcaton of learning outcomes*)⁵³.

Komunikasi instruksi ini pada dasarnya di desain sebagai bentuk komunikasi yang dapat mempengaruhi seseorang. Dalam komunikasi ini komunikator cenderung bersikap tidak kasar atau lembut terhadap penerima komunikasi. Oleh karena itu komunikasi yang dilakukan cenderung secara wajar, akrab, dan terbuka dengan ditunjang faktor pendukung yang lain.

9. Komunikasi Koersif

⁵² Yusup Pawit, *Komunikasi Pendidikan Dan Komunikasi Instruksional* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1989).

⁵³ Dan Nimmo, *Communication Year* (New Jersey: The International Communication Assosiation, 1979).

Komunikasi koersif adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk mengubah sikap, perilaku, dan opini dengan cara yang cenderung memaksa. Ada tiga jenis tindakan atau komunikasi yang bersifat koersif yaitu⁵⁴;

a. Ancaman Kontingen

Dilakukan dalam bentuk komunikasi persuasif yang koersif dimana seseorang mengancam seseorang untuk bertindak sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh orang yang berkuasa dikarenakan jika tidak taat akan berdampak negatif kepada orang yang dipengaruhi oleh ancaman kontingen tersebut.

b. Ancaman Nonkontingen

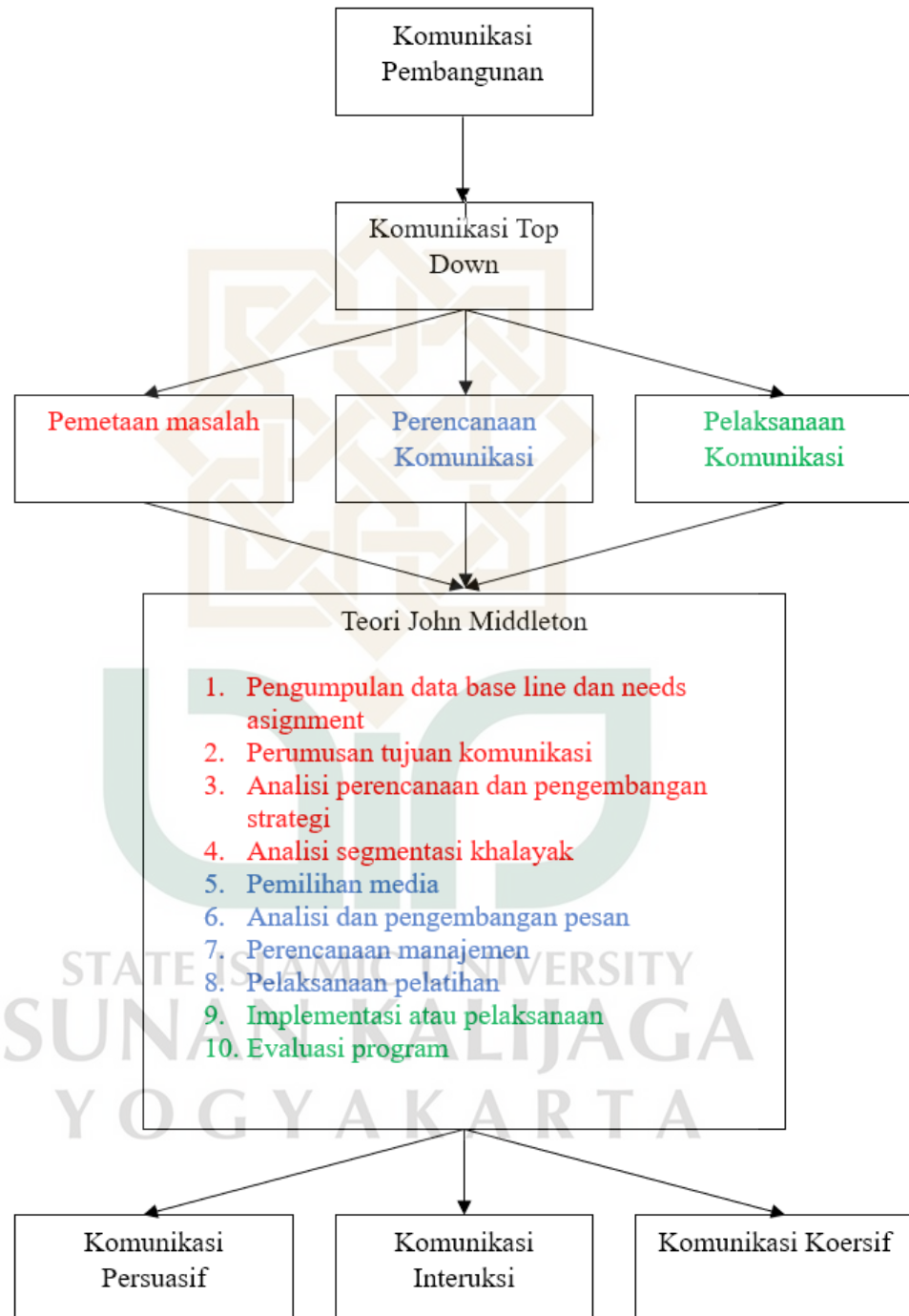
Lebih lembut dari ancaman kontingen dikarenakan dalam ancaman nonkontingen ini biasanya digunakan untuk menakut-nakuti atau mempermalukan seseorang yang dibawah pengaruh kekuasaan.

c. Hukuman

Hukuman yang dimaksud di tahap ini yaitu bentuk efek jika kedua tindakan sebemumnya tidak dilekukan atau tidak diterima. Disini ada tiga bentuk kerugian jikan seseorang tidak melakukan tindakan yang telah diberikan yaitu; kerugian fisik, kerugian sumber daya, dan kerugian sosial.

⁵⁴ Liliweri Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana, 2011).

F. Kerangka Berpikir



G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah suatu rangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program peristiwa, dan aktivitas, baik tingkat perorangan, kelompok, organisasi untuk mendapatkan pengetahuan tentang hal peristiwa yang terjadi⁵⁵. Dalam penelitian ini peneliti mencoba untuk mendalami tentang topik yang diangkat yaitu tentang komunikasi pembangunan terkait ekonomi umat pasca pandemi covid-19 yang dilakukan oleh Lazismu Temanggung.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Creswell mendefinisikan bahwa metode penelitian kualitatif sebagai pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral⁵⁶.

2. Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Dalam memperoleh data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara. Interview atau wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subyek atau responden⁵⁷. Peneliti

⁵⁵ Rahardjo Mudjia, 'Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif Konsep Dan Prosedurnya' (Malang, UIN Malang, 2017). 3

⁵⁶ Conny R. Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Grasindo, 2010)

⁵⁷ Supriyati, *Metodologi Penelitian* (Bandung: Lakbat Press, 2011).

menentukan beberapa orang yang dipilih atau yang berada di bidang terkait topik penelitian.

Dalam wawancara yang dilakukan, peneliti melakukan wawancara kepada Nur Rohmah Yuliani selaku Manajer Eksekutif Lazismu Temanggung. Wawancara yang dilakukan dengan Manajer ini terkait informasi manajemen, program, dan juga komunikasi dalam organisasi maupun kelompok dalam Lazismu Temanggung. Cahya Prabowo selaku anggota Divisi Fundraising Lazismu Temanggung, juga salah satu anggota Lazismu Temanggung yang ikut diwawancara terkait bagaimana berjalanya program, hubungan dengan masyarakat, dan terkait penghimpunan dan pemanfaatan dana.

Rohmadi Rukun selaku anggota Pimpinan Cabang Muhammadiyah Candioto menjadi narasumber yang berada diluar organisasi Lazismu Temanggung. Beliau merupakan anggota Pimpinan Cabang Muhammadiyah Candioto yang juga pernah ikut dalam sosialisai dan juga praktik dalam kegiatan Lazismu Temanggung di kalangan kecamatan.

b) Observasi

Peneliti melakukan observasi guna mengetahui atau memperoleh data yang lebih mendalam. Observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan itu berlangsung secara teratur dan fokus aktivitas tersebut berlangsung

secara alami sehingga dapat menghasilkan fakta⁵⁸. Dalam observasi ini, peneliti langsung melihat kondisi yang ada di lapangan, baik itu kegiatan atau program di kantor Lazismu Temanggung maupun program yang dilakukan.

Dalam observasi yang dilakukan oleh peneliti, beberapa hal yang diamati adalah terkait program, interaksi dan komunikasi organisasi dalam Lazismu Temanggung, peletakan simbol-simbol atau informasi. Peneliti juga melakukan observasi diluar kantor dari Lazismu Temanggung berupa kegiatan pemberian manfaat, interaksi dengan pihak luar, pemantauan dan juga kegiatan fundraising.

c) Dokumentasi

Dalam pengumpulan data menggunakan cara dokumentasi ini, peneliti mengumpulkan beberapa dokumentasi yang dibutuhkan berupa berita yang dimuat di media dan arsip – arsip yang ada untuk diteliti. Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian⁵⁹.

Dalam dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini, peneliti menelaah dokumen yang dimiliki oleh Lazismu Temanggung, baik berupa laporan, baik itu laporan keuangan, hasil rapat, dan juga

⁵⁸ Hasyim Hasanah, 'Teknik-Teknik Observasi', *Jurnal at-Taqaddum*, Vol. 8 No. 1 2017,

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2015).

kegiatan. Dokumen tersebut bisa berupa soft file foto rekap kegiatan berupa foto, rekap keuangan. Peneliti memperoleh dokumen sebagai bahan pendukung data utama yang ada di Lazismu Temanggung. Ada juga beberapa dokumen yang dicetak seperti buku laporan tahunan, dan ada beberapa dokumen berupa foto yang sudah dipublikasikan melalui media yang digunakan oleh Lazismu Temanggung.

3. Teknik Analisa Data

Dalam menganalisa data yang sudah diperoleh maka peneliti menganalisis data tersebut menggunakan 4 langkah yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

4. Uji Validitas

Dalam penelitian kualitatif, temuan informasi atau data dapat dikatakan valid apabila pernyataan yang diungkapkan oleh peneliti sama dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan model triangulasi dalam teknik validasi data yang diperoleh, model triangulasi merupakan model yang paling umum dipakai pada penelitian kualitatif. Triangulasi dijelaskan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada⁶⁰.

⁶⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2012).

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Komunikasi pembangunan dalam pemulihan ekonomi umat pasca pandemi covid-19 dalam penelitian ini dilakukan dari pemetaan masalah, perencanaan, penyusunan strategi, pelaksanaan, monitoring, sampai dengan evaluasi yang dilakukan oleh Lazismu Temanggung. Dalam komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh Lazismu Temanggung menggunakan alur komunikasi Top-Down yang pada prosesnya memancing umat untuk berinisiatif dalam pembangunan, sehingga alur komunikasi Bottom-Up juga ada dalam kegiatan komunikasi pembangunan ini. Dalam teori komunikasi pembangunan yang dikemukakan oleh John Middleton terkait aspek-aspek yang ada di dalamnya. Ada aspek yang cukup kurang tepat dan cenderung berulang terkait aspek Analisis Segmentasi Khalayak, yang ketika dijumpai di lapangan hampir mirip penerapannya dengan aspek Pengumpulan Data Baseline dan Need Assignment. Aspek pemilihan media jika dilihat di lapangan, ada beberapa media dalam teori, kurang efektif jika diterapkan saat penelitian ini dilaksanakan.

Pemetaan yang dilakukan oleh Lazismu Temanggung adalah melihat kondisi umat terkait dampak dari covid-19 yang terjadi. Setelah itu Lazismu Temanggung mengumpulkan data yang umat yang terdampak oleh pandemi

covid-19 dengan bekerjasama dengan MCCC (Muhammadiyah Covid-19 Command Center). Berdasarkan pedoman atau visi misi dan tujuan dari Lazismu yang telah dirumuskan, dipilih umat yang berhak mendapatkan manfaat atau bantuan.

Perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Lazismu Temanggung dirumuskan secara bersama – sama sebagai organisasi yang mempunyai struktural dan anggota yang jelas. Dalam penentuan perencanaan tersebut, Lazismu Temanggung mempunyai mekanisme dalam perumusan rencana komunikasinya. Dewan pengawas, dewan syariah, badan pengurus yang akan menentukan kebijakan yang akan dijalankan oleh badan eksekutif yang ada di Lazismu Temanggung. Dalam perumusan terkait program yang akan dijalankan, anggota dalam organisasi akan merumuskan secara bersama – sama untuk menentukan bagaimana berjalannya program yang berlangsung dalam kasus ini adalah program terkait pembangunan ekonomi umat pasca pandemi covid-19.

Pelaksanaan atau implementasi komunikasi yang berlangsung dilakukan dengan memanfaatkan pihak – pihak yang ada dalam organisasi Muhammadiyah yang ada di Temanggung. PCM (Pimpinan Cabang Muhammadiyah), PRM (Pimpinan Ranting Muhammadiyah), IPM (Ikatan Pemuda Muhammadiyah), dan lembaga yang ada di Muhammadiyah, bersinergi dengan Lazismu untuk melaksanakan program yang telah ditentukan.

Dalam usaha untuk lebih meningkatkan efektifitas program, Lazismu Temanggung membuka dari pihak luar atau masyarakat umum untuk ikut aktif

dalam pembangunan atau pemberdayaan yang dilakukan dengan cara mengajukan proposal program untuk dapat dipertimbangkan oleh Lazismu Temanggung. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan sinergi antara Lazismu Temanggung dengan umat atau masyarakat dalam tujuan pemberdayaan dan sesuai dengan *tagline* dari Lazismu sendiri “Memberi Untuk Negeri”

B. Saran

Berkaitan dengan saran dalam bab ini, peneliti menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penelitian ini, sehingga peneliti menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Adapun saran yang peneliti berikan kepada Lazismu Temanggung adalah;

1. Mempertahankan program yang telah berjalan dengan sebaik dan seamanah mungkin.
2. Lebih meningkatkan inovasi dalam pembentukan program yang ada sehingga lebih menarik dan efektif.
3. Membuka lebih lebar kerjasama dengan lembaga atau pihak luar agar bisa melebarkan manfaat lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikarya, R, *Strategic Extension Campaign: A Participatory-Oriented Method of Agricultural Extension*, Roma, Economic and Social Department: 1994
- Ahmad Muzawir Saleh, Problematika Kebijakan Pendidikan Di Tengah Pandemi Dan Dampaknya Terhadap Proses Pembelajaran Di Indonesia, *OSF Preprints*. Vol. 10, No. 2 2020
- Ahmad Muzawir Saleh, 'Problematika Kebijakan Pendidikan Di Tengah Pandemi Dan Dampaknya Terhadap Proses Pembelajaran Di Indonesia', *OSF Preprints*, Vol. 10 No. 2 2020
- Alo, Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana, 2011
- Antaraneews.com, 'DATA PERKEMBANGAN COVID-19 DI INDONESIA', 2023, p. 1, Diakses 17 Februari 2023 <<https://www.antaraneews.com/covid-19>>
- Ardiyanti, Arifah Nurtsania, 'Dakwah Humanis Sebagai Upaya Penanggulangan Radikalisme Di Indonesia', *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 19 No. 2 2019
- Badan Pusat statistika Kabupaten Temanggung, 'Infografis', *Temanggungkab.Bps.Go.Id*, 2023, p. 2 <<https://temanggungkab.bps.go.id/galery.html#infografis2>>
- Badan Pusat statistika Kabupaten Temanggung, 'Jumlah Tempat Peribadatan (Sarana), 2021-2022', *Temanggungkab.Bps.Go.Id*, 2023, p. 1 <https://temanggungkab.bps.go.id/indicator/154/208/1/jumlah-tempat-peribadatan.html>
- Badan Pusat statistika Kabupaten Temanggung, *Profil Masyarakat Kabupaten Temanggung Di Era New Normal*, Temanggung: Badan Pusat statistika Kabupaten Temanggung, 2020
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010
- Cangara, Hafied, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017
- Conny R. Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Grasindo, 2010
- Devito Joseph, *Komunikasi Antarmanusia*, Tangerang: Karisma Publishing Group, 2010
- Ditjen Kesmas, *Peran Ditjen Kesmas Daman Pandemi COVID 19 2020-2021*, Jakarta: Kemetrian Kesehatan Republik Indonesia, 2021
- Fauzan, Rifan, 'Etika Komunikasi Dalam Organisasi Perspektif Al-Quran', *Al-Idza'ah*, Vol. 5 No. 1 2023
- Fitriah, Maria, and Ike Atikah Ratnamulyani, 'Pengaruh Komunikasi Persuasif Dalam Penyuluhan Produksi Pangan Industri Rumah Tangga Terhadap

- Perubahan Sikap Para Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kota Bogor', *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 13 No. 2 2016
- Hasanah, Hasyim, 'Teknik-Teknik Observasi', *Jurnal at-Taqaddum*, Vol. 8 No. 1 2017
- Hidayat, Amri Syarif, *Perencanaan Komunikasi Hakekat Dan Implementasi*, Solo: Pustaka Iltizam, 2015
- Humas Kemensetneg, 'Pemerintah Putuskan Indonesia Masuki Masa Endemi', KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA REPUBLIK INDONESIA, 2023, p. 1, <[https://setneg.go.id/baca/index/pemerintah_putuskan_indonesia_masuki_masa_endemi#:~:text=Presiden Joko Widodo mengumumkan bahwa,dari masa pandemi menjadi endemi.](https://setneg.go.id/baca/index/pemerintah_putuskan_indonesia_masuki_masa_endemi#:~:text=Presiden%20Joko%20Widodo%20mengumumkan%20bahwa,dari%20masa%20pandemi%20menjadi%20endemi.)>
- John Middleton and Dan J. Wedemeyer, *Methods of Communication Planning, Monographs on Communication Planning*, Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 1985
- Kamaruddin, *Modul Komunikasi Sosial Dan Pembangunan*, Aceh: Universitas Malikussaleh, 2014
- Kholili, M., *Model Komunikasi Untuk Dakwah: Dakwah Ramah Untuk Semua*, Yogyakarta: Dakwah dan Komunikasi Universitas Sunan Kalijaga, 2019
- Kurniawan, Dani, 'Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan', *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, Vol. 2 No. 1 2018
- Kominfo, Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Kabupaten Temanggung, 2022, *E-STATISTIK*, 2022, p. 1 <<https://e-statistik.temanggungkab.go.id/frontend/datastatistikdetil/1007>>
- Lazismu, 'Hukum Zakat', 2021, p. 1, Diakses 22 Juli 2023 <<https://lazismu.org/view/hukum-zakat>>
- lazismu, 'Visi, Misi, Prinsip Dan Tujuan', *Lazismu.org*, 2023, p. 1, Diakses 4 Maret 2023 <<https://lazismu.org/view/visi-misi>>
- Lazismu Jatim, 'Visi Misi Identitas', *Lazismujatim.org*, 2019, p. 1, Diakses 4 Maret 2023 <<https://lazismujatim.org/visi-misi-identitas/>>
- Lazismu Temanggung, 'Apa Itu Lazismu', *Lazismutemanggung.org*, 2023, p. 1, Diakses 4 Maret 2023 <<https://lazismutemanggung.org/tentang-kami/>>
- Lazismu Temanggung, 'Apa Itu Lazismu', 2023, p. 1, Diakses 4 March 2023 <<https://lazismutemanggung.org/tentang-kami/>>
- Lazismu Temanggung, 'Lazismu Temanggung', 2023, p. 1, Diakses 4 March 2023 <<https://lazismutemanggung.org/>>
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, 9th edn, Jakarta: Salemba Humanika, 2009

- M Arifin, *Psokologi Dakwah Suatu Pengantar*, Jakarta: Bumi Aksara, 1997
- Mudjia, Rahardjo, '*Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif Konsep Dan Prosedurnya*', Malang: UIN Malang, 2017
- Muhammadiyah, '*Muhammadiyah Covid-19 Command Center*', *Covid19.Muhammadiyah.Id*, 2020, p. 1, Diakses pada 6 Maret 2023, <https://covid19.muhammadiyah.id/tentang-kami/>
- Muhammad Faniawan Asriansyah, '*Pandemi Covid 19 Dan Upaya Pencegahan*', Kementrian Keuangan Republik Indonesia, 2022, p. 1 <<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15799/Pandemi-Covid-19-dan-Upaya-Pencegahan.html>>
- Munir Amin, Samsul, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Sinar Grafika Ofset, 2009
- Nimmo, Dan, *Communication Year*, New Jersey: The International Communication Assosiation, 1979
- Nindatu, Peininan Ireine, '*Komunikasi Pembangunan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengentasan Kemiskinan*', *Jurnal Persektif Komunikatif*, Vol. 3 No. 2 2019
- Pahlawan, Fajar, and Selvia Dewi Rahayu, '*Komunikasi Interpersonal , Komunikasi Adalah Komunikasi Umum , Yang Banyak Digunakan Oleh Banyak Masyarakat*', *Jurnal Syntax Transformation*, Vol. 1 No. 5 2020
- Pawit, Yusup, *Komunikasi Pendidikan Dan Komunikasi Instruksional*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1989
- Parson, Wayne, *Public Policy: An Introduction to the Theory and Practice of Policy Analysis*, ed. by Tri Wibowo Budi Santoso, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008
- Pemerintah Kabupaten Temanggung, '*Sekilas Temanggung*', *Temanggung.Co.Id*, 2023, p. 1, Diakses 22 July 2023 <<https://temanggungkab.go.id/pages/sekilas-temanggung-1639963705>>
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah, *Anggaran Dasar Dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah, Pimpinan Pusat Muhammadiyah*, 4th edn, Yogyakarta: Gramasurya, 2019
- Rahmat, Abdul, and Mira Mirnawati, '*Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat*', *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, Vol. 6 No. 1 2020
- Ridho Biwanda Samosir, '*Proses Metode Participatory Action Research Dalam Program Pndampingan Komunitas Pedesaan Lembaga Bina Desa (Studi Kasus Desa Gandangsari, Kecamatan Kadupandak, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat)*', jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2021
- Ritonga, Muslimin, '*Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*', *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan*, Vol. 3 No. 1 2019

- Safii, Imam, 'Modul Komunikasi Dakwah', Mojokerto: Fakultas Dakwah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim, 2019
- Safitri, Hikmawati Fajri Devi, and Tjut Afrieda Syahara, 'Model Komunikasi Top-Down Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa', *Borobudur Communication Review*, Vol. 1 No. 1 2021
- Setditjen Farmalkes, 'Dukungan Penyediaan Vaksin Bagi Keberhasilan Pelaksanaan Vaksinasi COVID-19', 2022, p. 1, Diakses 17 February 2023 <[https://farmalkes.kemkes.go.id/2022/01/dukungan-penyediaan-vaksin-bagi-keberhasilan-pelaksanaan-vaksinasi-covid-19/#:~:text=Program vaksinasi COVID-19 di,Indonesia yaitu Presiden Joko Widodo.](https://farmalkes.kemkes.go.id/2022/01/dukungan-penyediaan-vaksin-bagi-keberhasilan-pelaksanaan-vaksinasi-covid-19/#:~:text=Program%20vaksinasi%20COVID-19%20di,Indonesia%20yaitu%20Presiden%20Joko%20Widodo.)>
- Simamora, Irma Yusriani, 'Hadis - Hadis Komunikasi Pembangunan', *Al-Balagh*, Vol. 1 No. 1 2016
- Siompul, Mukti, 'Konsep – Konsep Komunikasi Pembangunan', Medan: USU digital library, 2019
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2015
- Supriyati, *Metodologi Penelitian*, Bandung: Lakbat Press, 2011
- Syafrida, Syafrida, Safrizal Safrizal, and Reni Suryani, 'Pemutusan Hubungan Kerja Masa Pandemi Covid- 19 Perusahaan Terancam Dapat Dipailitkan', *Pamulang Law Review*, Vol. 3 No. 1 2020
- TafsirWeb, 'Surat At-Taubah Ayat 60', *TafsirWeb*, p. 1, Diakses 26 Juli 2023 <<https://tafsirweb.com/3076-surat-at-taubah-ayat-60.html>>
- Temanggung, Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten, 'Jumlah Penduduk', *Dindukcapil.Temanggungkab.Go.Id*, 2022, p. 1, Diakses 22 Juli 2023 <https://dindukcapil.temanggungkab.go.id/data/jumlah_penduduk>
- Thibbuurruhany, 'Komunikasi Pembangunan Berbasis Agama Di Desa Caturtunggal', Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022
- Tutiasri, Ririn Puspita, 'Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok', *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, Vol. 4 No. 1 2016
- UII, Islamic Economic, 'Zakat, Infak, Sedekah, Dan Wakaf. Mana Yang Lebih Penting?', 2023, p. 1, Diakses 22 Maret 2023 <<https://islamic-economics.uui.ac.id/zakat-infak-sedekah-dan-wakaf-mana-yang-lebih-penting/>>
- Wanti Sayekti, *Profil Masyarakat Kabupaten Temanggung Di Era New Normal*, ed. by Deddy Indriatmoko, Temanggung: Badan Pusat Statistik Kabupaten Temanggung, 2020

- Windiasih, Rili, 'Komunikasi Pembangunan Di Era Digital Melalui E-Government Dalam Pelayanan Publik Dan Pemberdayaan', *Suluh Pembangunan : Journal of Extension and Development*, Vol. 1 No. 1 2019
- Zaini, Ahmad, 'Dakwah Dan Pemberdayaan Masyarakat Perdesaan', *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 37 No. 2 2017
- Zakia, R, 'Implementasi Komunikasi Pembangunan Pada Kegiatan Dakwah', *TATHWIR: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Vol. 1 No. 1 2018

