

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS RESIK-RESIK  
MASJID JEPARA DALAM MEMBANGUN KESADARAN  
UNTUK MENJAGA KEBERSIHAN MASJID SE-KOTA  
JEPARA**

Skripsi

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Konsentrasi Televisi Dakwah



**Disusun Oleh:**

**Sifa Aulia Nurul Madani**

**1901026030**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2023**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : -  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
UIN Walisongo Semarang  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Sifa Aulia Nurul Madani  
NIM : 1901026030  
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul : Strategi Komunikasi Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara Dalam

Mebangun Keasadaran untuk Menjaga Kebersihan Masjid se-Kota Jepara

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, <sup>14</sup>Desember 2023  
Pembimbing,



**Dra. Hj. Amelia Rahmi, M. Pd**  
NIP. 19660209199303 2 003

PENGESAHAN UJIAN MUNAQSAH

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS RESIK-RESIK MASJID JEPARA  
DALAM MEMBANGUN KESADARAN UNTUK MENJAGA KEBERSIHAN  
MASJID SE KOTA JEPARA

Disusun Oleh :

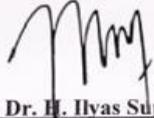
SIFA AULIA NURUL MADANI

1901026030

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 28 Desember 2023 dan  
dinyatakan LULUS Ujian Munaqosah

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang



Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.

NIP.19720410 200112 1 003

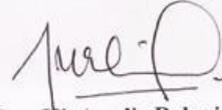
Penguji I



Dr. Hj. Siti Sholikhati, MA.

NIP. 19631017 199103 2 001

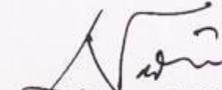
Sekretaris Sidang



Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd.

NIP. 19660209 199303 2 003

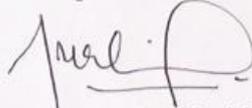
Penguji II



Nadfatus Salama M.St., Ph.D

NIP. 19780611 200801 2 016

Mengetahui, Pembimbing



Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd.

NIP. 19660209 199303 2 003

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada Tanggal Januari 2024



Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.

NIP.19720410 200112 1 003

## **PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Sifa Aulia Nurul Madani

NIM : 1901026030

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri yang diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan sumbernya sudah dituangkan didalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 14 Desember 2023

Yang membuat pernyataan

Sifa Aulia Nurul Madani

1901026030

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa mencurahkan nikmat, karunia, rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam tak lupa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah bersusah payah mengeluarkan ummatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang berilmu seperti sekarang ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi “Strategi Dakwah Majelis Pengajian Difabel Pada Penyandang Disabilitas di Semarang” ini banyak mendapatkan semangat serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis sampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag selaku Plt.Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
3. H. M. Alfandi, M.Ag selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Walisongo Semarang
4. Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd selaku wali dosen sekaligus pembimbing yang telah mengarahkan penulis sebaik mungkin dengan penuh tanggung jawab dan ketulusan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Dosen penguji I, II, III dan IV yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk perbaikan yang lebih baik sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah mengarahkan, mendidik, dan membimbing peneliti selama dibangku perkuliahan.
7. Kedua orang tua peneliti, Bapak Sangrianto dan Ibu Ainun Nadliroh. Adik penulis tersayang Lulu Madyan Azhari yang senantiasa memberikan dukungan, do’a, dan kasih sayang kepada peneliti.
8. Teman-teman KPI A 19, terima kasih untuk semangat dan canda tawanya.
9. Pengurus Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara dan segenap relawan yang membantu penelitian penulis

10. Kepada teman-teman yang selalu siap sedia membantu, menemani dan memberi dukungan kepada penulis, baik ketika penyusunan proposal, proses penelitian hingga tersusunnya skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan kontribusi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga semua pihak yang membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini mendapat balasan berlipat ganda oleh Allah SWT. Harapan penulis, semoga karya tulis ini turut menambah khazanah keilmuan serta pengetahuan dan bermanfaat bagi penulis khususnya serta pembaca pada umumnya.

Semarang, 14 Desember 2023

Sifa Aulia Nurul Madani  
1901026030

## **PERSEMBAHAN**

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sangrianto dan Ibu Ainun Nadliroh yang senantiasa selalu sabar, kuat, dan tulus dalam mendidik, dan memberikan kasih sayang. Terima kasih untuk do'a yang tak pernah putus serta dukungan yang diberikan. Semoga Allah SWT dapat mengantarkan segala kemuliaan dunia dan akhirat.
2. Adik saya tercinta Lulu Madyan Azhari yang menjadi penyemangat.
3. Teman-teman kos yang senantiasa menemani dan memberi semangat sejak maba, Irma Fatmawati dan Amelia Setiani. Serta sahabat aldirto, Fauziyyah Arrihadatul Aisy dan Muh. Asyraf Alif Fikri. Terima kasih telah berbagi persahabatan yang unik dan luar biasa, yang selalu membuatku tersenyum dan tidak pernah mengecewakanku.
4. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menimba ilmu, memperluas ilmu, dan menimba pengalaman.

**MOTTO**

*“ The only thing we have to fear is fear itself. “*  
(Franklin D. Roosevelt)

## ABSTRAK

**Sifa Aulia Nurul Madani, 1901026030.** “Strategi Komunikasi Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara Dalam Membangun Kesadaran Untuk Menjaga Kebersihan Masjid Se Kota Jepara” Skripsi Program Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang.

Masjid merupakan rumah Allah SWT di dunia. Masjid digunakan umat Islam sebagai tempat beribadah kepada-Nya. Namun, selain sebagai tempat beribadah masjid juga merupakan pusat kegiatan komunitas muslim. Maka kebersihan di masjid memang merupakan hal yang wajib diperhatikan. Oleh sebab itu gerakan terhadap kebersihan lingkungan masjid harus digalakkan secara masif. Hal ini merupakan tugas dari lingkungan sekitar.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi dakwah yang dilakukan oleh Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara adalah pilihan metode dakwah *Bi al-Hal* yaitu metode dakwah dengan memberikan contoh secara nyata yang akan mempengaruhi mad'u sehingga mereka akan meniru hal baik yang dilakukan. Seperti saat membersihkan masjid, seluruh anggota RRM Jepara akan saling gotong-royong membersihkan masjid. Hal ini dapat sebagai contoh kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat tergerak hatinya untuk ikut dalam membantu kegiatan RRM Jepara dan akan menerima apabila masyarakat tersebut ingin bergabung dengan komunitas.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunitas, Resik-Resik Masjid

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
D. Tinjauan Pustaka .....	5
E. Metode Penelitian.....	14
F. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II	
STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS DAN KOMUNIKASI KOMUNITAS	
A. Strategi Komunikasi .....	18
B. Komunitas.....	28
C. Komunikasi Komunitas .....	30
BAB III .....	33
PROFIL KOMUNITAS RESIK-RESIK MASJID JEPARA.....	33
A. Sejarah Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara .....	33
B. Visi dan Misi Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara.....	34
C. Peraturan dan Tata Tertib Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara ..	35
D. Sarana dan Prasarana Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara .....	38
E. Program Kegiatan Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara.....	38
F. Strategi Komunikasi Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara	
Dalam Membangun Kesadaran Untuk Menjaga Kebersihan Masjid	
Se Kota Jepara.....	43

BAB IV .....	46
ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS RESIK-RESIK MASJID JEPARA DALAM MEMBANGUN KESADARAN UNTUK MENJAGA KEBERSIHAN MASJID SE KOTA JEPARA.....	46
A. Analisis Strategi Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara .....	46
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara .....	48
BAB V.....	52
PENUTUP.....	52
A. KESIMPULAN.....	52
B. SARAN.....	53
DAFTAR PUSTAKA .....	54
LAMPIRAN .....	56
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Tim Resik-Resik Masjid Jepara</i> .....	34
Gambar 3.2 <i>Kegiatan Bersih-Bersih Masjid oleh Tim RRM Jepara</i> .....	40
Gambar 3.3 <i>Kegiatan Bersih-Bersih Masjid oleh Tim RRM Jepara</i> .....	41

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam lingkungan masyarakat yang terdiri atas beberapa kelompok, komunikasi seringkali dipergunakan sebagai kegiatan penyesuaian gaya berperilaku dengan tempat tinggalnya. Kelompok merupakan sejumlah orang yang berinteraksi dengan sesama lainnya dan interaksi ini membedakan bentuk kelompok- kelompok bersama dengan kelompok yang lainnya (Borney, 2005).

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat dipahami bahwa pada setiap kelompok akan dijumpai berbagai proses (interaksi dan sosialisasi) karena didalam kelompok tersebut terdiri dari beberapa anggota yang masing-masing memiliki pendapat. Begitu juga antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lain, semua berproses sesuai yang telah diarahkan pada tujuan kelompok itu sendiri.

Dengan menggunakan strategi komunikasi yang benar, akan memudahkan aktivitas manusia saat berinteraksi dan bertemu dengan beberapa orang di berbagai tempat, seperti di sekolah, kantor, pasar, danlain-lain. Dalam hal ini kelompok harus memiliki strategi dalam menjalankan tujuannya atau mengirimkan sebuah pesan agar mengubah perilaku masyarakat sesuai dengan keinginan kelompok. Ada beberapa kelompok yang memang fokus ke berbagai bidang seperti sosial, kemanusiaan, keagamaan, kebersihan dan lain sebagainya. Salah satu fokus kelompok yang menarik perhatian peneliti adalah kelompok pada bidang kebersihan. Kebersihan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah keadaan bebas dari kotoran, termasuk di antaranya, debu, sampah, dan bau. Manusia perlu menjaga kebersihan lingkungan agar tidak menyebarkan kotoran atau menularkan kuman penyakit bagi diri sendiri maupun orang lain. Kebersihan lingkungan merupakan suatu keadaan yang bebas dari segala kotoran dan penyakit yang dapat merugikan segala aspek yang menyangkut setiap kegiatan dan perilaku lingkungan masyarakat, dimana kehidupan manusia tidak bisa dipisahkan baik lingkungan alam maupun lingkungan sosial (Buhungo,2012).

Kebersihan adalah salah satu hal yang diupayakan oleh manusia untuk

menjaga lingkungan sekitar mereka dalam rangka mewujudkan kehidupan yang sehat dan nyaman. *Annadhofatu minal iman* yang memiliki arti kebersihan merupakan sebagian dari iman. Makna tersebut kini banyak digunakan sebagai slogan untuk mendorong hidup bersih di lingkungan masyarakat. Dengan lingkungan yang nyaman melakukan ibadah pun akan terasa lebih bernilai dan *khusyu'*. Masjid merupakan rumah Allah SWT di dunia. Masjid digunakan umat islam sebagai tempat beribadah kepada-Nya. Namun, selain sebagai tempat beribadah masjid juga merupakan pusat kegiatan komunitas muslim. Kegiatan perayaan hari hari besar, diskusi, kajian agama, ceramah, dan kegiatan belajar mengajar Alqur'an sering dilaksanakan di masjid. Bahkan dalam sejarah islam menyebutkan masjid sebagai tempat aktivitas sosial. Dengan pemahaman ini, masjid merupakan tempat pelaksanaan shalat yang harus suci dan terhindar dari najis. Masjid yang kotor selain dapat mendatangkan najis juga akan membuat jamaah di dalamnya akan merasa terganggu ditengah aktivitas ibadah mereka. Maka kebersihan di masjid memang merupakan hal yang wajib diperhatikan. Oleh sebab itu gerakan terhadap kebersihan lingkungan masjid harus digalakkan secara masif. Hal ini merupakan tugas dari lingkungan sekitar.

Gerakan terhadap kebersihan masjid memang sudah masif dilakukan di Indonesia. Beberapa daerah kabupaten dan kota diseluruh Indonesia telah banyak membuat organisasi atau komunitas kebersihan masjid dan namanya pun beragam seperti : Komunitas Eco-Masjid yang dibentuk oleh Kementerian Agama, Komunitas Bersih-Bersih Masjid (BBM) Yogyakarta, Komunitas Bersih-Bersih Masjid (B2M) Bali, Dewan Kesejahteraan Masjid (DKM) Kuningan, Komunitas Cinta Masjid Bandung, Komunitas Bersih Bersih Masjid (KBBM) Magelang.

Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara diciptakan oleh Teguh Iskadir yang berdiri pada tanggal 12 Januari 2018. Komunitas Resik- Resik Masjid Jepara (RRM) ini bergerak dengan cara kerja bakti bersama jamaah masjid setempat membersihkan masjid yang ada di kota Jepara. Mulai dari membersihkan karpet, mengepel, menyapu lantai, menyedot debu, membersihkan dinding, menyikat kamar mandi dan masih banyak lagi. Peralatan masjid yang rusak seperti sound system dan lain-lain juga diservis. Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara telah

banyak melakukan kontribusi terhadap kebersihan masjid, terutama di Jepara. Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara juga bekerja sama dengan instansi seperti TNI Koramil 01 Jepara, TNI Koramil 07 Jepara, Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat (BHABINKAMTIBMAS) Jepara, serta polisi Bintara Pembina Desa (BABINSA) Jepara. Kerja sama tersebut dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat terhadap Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara terkait dilakukannya kegiatan bersih-bersih masjid. Karena dalam melaksanakan kegiatan bersih-bersih masjid tidak selalu mendapatkan dukungan namun kerap kali mendapatkan hambatan, salah satunya adalah terjadinya penolakan oleh masyarakat dan pihak masjid. Mereka menduga kegiatan bersih-bersih masjid tersebut dilakukan atas unsur politik tertentu. Oleh sebab itu, kolaborasi dilakukan bersama instansi pemerintah untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat bahwa kegiatan bersih-bersih masjid tersebut dilakukan murni untuk menjaga kebersihan masjid dan tidak ada kaitan dengan unsur politik tertentu.

Anggota tim Resik-Resik Masjid Jepara berjumlah 70 orang anggota aktif dan tersebar hampir di seluruh pelosok Jepara. Anggotanya memiliki latar belakang yang berbeda-beda seperti pertukangan, pematung, wirausaha, ojek online, ibu rumah tangga dan lain-lain. Komunitas ini memang sengaja dibentuk untuk membersihkan masjid-masjid yang ada di Jepara. Saat ini ada sekitar 1300 lebih masjid di Jepara, dan tim resik-resik masjid Jepara telah melaksanakan aksi kerja bakti membersihkan sekitar 217 masjid. Aksi kerja bakti resik-resik masjid ini dilakukan seminggu sekali yaitu setiap hari jumat. Saat bersih-bersih masjid, tim Resik-Resik Masjid Jepara yang menanggung semua beban biaya operasional. Mulai dari alat kebersihan, dan segala cairan pembersih yang dibutuhkan merupakan hasil swadaya anggota ataupun dari simpatisan. Sebagai komunitas, Resik-Resik Masjid Jepara pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai, yaitu membangun kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan masjid. Tentunya dalam mewujudkan tujuan tersebut pasti ada strategi, perencanaan dan sosialisasi. Strategi tersebut dibuat agar masyarakat memiliki kesadaran dalam menjaga kebersihan masjid bukan karena paksaan melainkan karena kebutuhan bagi masyarakat itu sendiri. Maka dari itu peneliti tertarik dengan strategi komunitas

dalam kelompok untuk menyadarkan masyarakat dalam menjaga kebersihan masjid di kota Jepara.

Dalam pembahasannya akan terdapat strategi dan beberapa hambatan yang muncul dalam menyadarkan masyarakat untuk menjaga kebersihan masjid, kemudian akan ada sebuah perencanaan, pengorganisasian, pemantauan dan eksekusi untuk menyadarkan masyarakat dalam menjaga kebersihan masjid di kota Jepara.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah diatas, permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti adalah:

1. Bagaimana strategi Komunitas Resik-Resik Masjid dalam merancang dan melaksanakan bersih bersih masjid se kota Jepara?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara dalam mengajak masyarakat setempat untuk menjaga kebersihan masjid?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dibuat oleh peneliti, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- Untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara dalam merancang dan melaksanakan kegiatan bersih bersih masjid
- Untuk menjelaskan faktor pendukung dan penghambat kegiatan Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara dalam mengajak masyarakat setempat untuk menjaga kebersihan masjid

### 2. Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah keuntungan yang diperoleh dari penelitian ini:

#### a) Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep dan teori untuk mendukung perkembangan ilmu pengetahuan khususnya

strategi dalam komunitas.

- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian lebih lanjut, khususnya yang terkait dengan strategi komunitas dalam membangun kesadaran masyarakat untuk menjaga kebersihan masjid.

b) Manfaat Praktis

- 1) Sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi komunitas Resik-Resik Masjid Jepara sekaligus sebagai evaluasi terhadap strategi dalam membangun kesadaran masyarakat untuk menjaga kebersihan masjid di Jepara lebih lanjut.
- 2) Sebagai masukan bagi relawan dalam menarik minat masyarakat dalam menjaga kebersihan masjid

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Untuk menghindari *plagiarism* dan kesamaan dengan penelitian yang sudah ada, maka peneliti mencari penelitian yang serupa dan merujuk pada penelitian-penelitian tersebut :

*Pertama*, skripsi Nani Setiani (2020), mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Saifuddin Zuhri Purwokerto, meneliti tentang “*Strategi Komunitas Berbasis Komunikasi (Studi Interaksi Komunitas di Warung Sabda Kopi Purwokerto)*”. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seperti apa pola interaksi komunitas yang terbentuk di Warung Sabda Kopi Purwokerto dan mengetahui bagaimana strategi komunikasi berbasis komunitas yang diterapkan pada Warung Sabda Kopi. Persamaan penelitian skripsi Nani Setiani dengan peneliti adalah terletak pada objek penelitian yakni tentang strategi komunikasi komunitas. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian.

*Kedua*, skripsi Dian Puspitasari (2019), mahasiswa Universitas Semarang, meneliti tentang “*Strategi Komunitas Padang Rani Kota Semarang Dalam Melestarikan Barang Antik*”. Dalam penelitian kualitatif tersebut digunakan dalam hubungannya dengan pendekatan deskriptif. Dian Puspitasari melakukan penggalian

data dengan teknik wawancara. Tujuan penelitian ini yaitu untuk memahami strategi komunikasi komunitas PadangRani kota Semarang dalam melestarikan barang antik. Dian Puspitasari lebih menekankan konsep yang jelas terhadap isi penjelasannya bukan dilihat dari segi pelaksanaannya atau redundancy. Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti adalah pada objek penelitian yaitu strategi komunikasi komunitas.

*Ketiga*, skripsi Wilhamsah Irwan (2021), mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, meneliti tentang “*Strategi Komunitas Driver Gojek Dalam Membangun Solidaritas Di Shelter Gedung Pakuon Teluk Betung Selatan*”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan cara kualitatif dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi komunitas Driver Shelter Gojek Gedung Pakuon dalam membangun solidaritas. Subjek pada penelitian ini adalah ketua Komunitas Shelter Gojek Gedung Pakuon dan pengurus serta anggota shelter gojek Gedung Pakuon. Hasil penelitian pada penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh Komunitas Shelter Gojek Gedung Pakuon dalam membangun solidaritas. Dimana komunitas Shelter Gojek Gedung Pakuon menerapkan komponen strategi komunikasi yakni, mengenali sasaran komunikasi terhadap anggota komunitas dan masyarakat umum. Persamaan penelitian Wilhamsah Irwan dengan peneliti adalah saling meneliti tentang strategi komunikasi.

*Keempat*, skripsi Atikah Luthfiah (2022), mahasiswa Universitas Islam Indonesia, meneliti tentang “*Strategi Komunitas Liburun Dalam Menarik Minat Masyarakat Untuk Berolahraga Lari*”. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teori mengenai strategi dan perencanaan komunikasi, public relations serta komunikasi komunitas atau kelompok. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguraikan dan menganalisis strategi komunikasi komunitas Liburun dalam menarik minat masyarakat untuk berolahraga lari. Persamaan penelitian ini dengan peneliti

adalah pada objek yang diteliti yaitu strategi komunikasi. Dan perbedaannya adalah subjek yang diteliti.

Kelima, skripsi Ratih Setyoningsih (2020), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, meneliti tentang “Strategi Komunikasi Anggota Komunitas @SragenHits Dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial Masyarakat Sragen Tahun 2019”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif yakni dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi kegiatan komunitas @Sragen\_Hits. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana bentuk pengimplementasian kepedulian sosial komunitas @Sragen\_Hits terhadap masyarakat sragen. Hasil penelitian pada penelitian tersebut adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas @Sragen\_Hits dalam meningkatkan kepedulian sosial. Pemilihan media komunikasi sangat diperlukan untuk mengenalkan dan menginformasikan kegiatan @sragen\_hits kepada masyarakat tujuannya bukan untuk pamer, namun agar orang lain tahu dan tergerak hatinya untuk ikut membantu. Persamaan penelitian ini pada peneliti adalah sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi. Perbedaannya adalah subjeknya.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Pengertian Strategi**

Strategi adalah kegiatan yang meliputi perencanaan dan manajemen guna memperoleh suatu tujuan. Strategi berfungsi sebagai indikator arah dan memperlihatkan taktik operasionalnya (Onong, 2003). Strategi adalah langkah dasar dan fundamental yang dilakukan oleh lembaga untuk menghasilkan tujuan dengan sasaran yang diinginkan dengan memperhatikan kendala disekitar. Dalam komunikasi, strategi adalah kegiatan menyusun perwujudan kerja komunikasi agar efektif dan berhasil sesuai yang diinginkan. Perencanaan strategi komunikasi perlu memperhatikan tujuan komunikasi, media yang sesuai dan tingkat efisiensi (Effendy, 2003).

## 2. Pengertian Komunikasi

Komunikasi menjadi hal utama yang perlu ditinjau sebagai dasar teoritis dalam penelitian dengan judul strategi komunikasi dari komunitas yang termasuk pada kajian komunikasi yang bersifat dinamis, serba ada, dan ganda. Maka dari itu, definisi mengenai komunikasi berbeda di setiap ahli. Komunikasi adalah cara yang sesuai untuk mewujudkan Tindakan komunikasi dengan menjawab “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya” (Shannon dan Weaver, 1949). Komunikasi ialah wujud interaksi manusia yang berpengaruh satu sama lainnya, baik sengaja maupun tidak disengaja. (Wiryanto, 2004). Terdiri dari verbal, ekspresi muka (non verbal), lukisan, dan teknologi. Komunikasi adalah proses yang barangkali seseorang menyampaikan rangsangan (biasanya secara verbal) untuk mengganti perilaku orang lain (Mulyana, 2017).

### 1). Unsur-unsur dalam komunikasi

Ada tujuh unsur dalam komunikasi (Wiryanto, 2005), yaitu:

#### a. Sumber

Sumber kerap dikenal sebagai pengirim (sender), komunikator, atau encoder. Sumber adalah pesan yang ada dan hendak dikirim yang berasal dari pikiran si komunikator.

#### b. Pesan

Pesan merupakan informasi yang hendak dibagi kepada penerima. Pesan ada yang secara verbal berbentuk tertulis, misalnya buku, surat dan pesan. Secara lisan, misalnya dialog tatap muka atau via telepon. Untuk pesan non verbal bisa berbentuk ekspresi muka, gerakan badan, serta nadasuara.

#### c. Saluran dan Media Komunikasi

Saluran/media merupakan tempat lewatnya pesan dari komunikator ke

komunikasikan. Pesan ada yang tersampaikan tanpa penggunaan media dan melalui media komunikasi. Media bervariasi bentuknya, misalnya pancaindra dapat menjadi media komunikasi dalam komunikasi antarpribadi.

#### d. Penerima Pesan (Komunikan)

Merupakan pihak yang dialamatkan pesan atau orang yang menginterpretasikan isi pesan. Feedback dari penerima pesan memiliki kontribusi yang sangat penting dalam komunikasi sebab komunikan memastikan lanjut tidaknya komunikasi yang dikirimkan komunikator.

#### e. Pengaruh

Merupakan selisih dari apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan oleh komunikan saat sebelum dan setelah menerima pesan. Seringkali pengaruh terjadi pada pemahaman dan tingkah laku seseorang.

#### f. Umpan Balik

Umpan balik merupakan gambaran dari pengaruh yang diterima penerima dan dari unsur lain misalnya media dan pesan.

#### g. Lingkungan

Salah satu unsur yang bisa mengubah proses komunikasi. Lingkungan terbagi menjadi fisik, psikologis, sosial budaya, dan dimensi waktu.

### 3. Strategi Komunikasi

Strategi ialah rancangan dari suatu rencana. Rencana itu sendiri adalah penerapan dari perencanaan dan perencanaan menjadi dasar fungsi manajemen. Jadi, strategi merupakan suatu perencanaan dan manajerial untuk memperoleh tujuan pada penerapannya (Rosady, 1999). Strategi adalah seperangkat ketetapan dan tata kelola yang menetapkan performa lembaga di masa depan. Strategi merupakan usaha memilih tindakan yang tepat demi memenuhi suatu hal. Strategi adalah keutuhan usaha yang diyakini sebagai tata tertib dengan perencanaan yang matang oleh suatu

organisasi (Brown dan Levinson, 1987).

Dari uraian tersebut, dapat dikatakan strategi komunikasi adalah suatu petunjuk perencanaan komunikasi dengan tata kelola komunikasi untuk mendapatkan tujuan. Strategi komunikasi hendaklah dapat menentukan bagaimana melakukan operasionalnya secara efisien, dengan kata lain pendekatan mungkin berbeda-beda waktunya sesuai keadaan dan kondisi (Effendy, 2009).

Mengelompokkan strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang disusun untuk mengubah tingkah laku manusia dalam ukuran yang lebih besar melalui pertukaran gagasan-gagasan baru (Cangara, 2013). Seperti yang diketahui, dalam prosesnya ada beberapa turunan yang nantinya menjadi strategi komunikasi yaitu dimulai dari kebijakan komunikasi, perencanaan komunikasi, strategi komunikasi, hingga operasional.

Beberapa keuntungan yang didapat melalui strategi diantaranya:

1. Strategi yang baik memberikan arah dan tujuan yang jelas serta menunjukkan identitas perusahaan dengan baik.
2. Perusahaan dapat mengartikulasikan kompetensi diri dan keunggulan kompetitif yang dimiliki, sehingga perusahaan dapat memfokuskan cara kompetisi yang sesuai.
3. Strategi spesifik mengenai kebijakan fungsional dapat membantu membentuk standarisasi operasi dan memperbaiki efisiensi masing-masing departemen yang nantinya dapat memperlancar aliran kinerja.
4. Suatu analisis strategi untuk menolong perusahaan mendapati isu-isu strategi yang hendak dialami dimasa depan sehingga perusahaan siap menghadapi transformasi lingkungan dikemudian hari.

Saat pelaksanaan strategi komunikasi diperlukan tindakan-tindakan dalam strategi komunikasi (Marhaeni, 2009):

## 1. Mengenal Khalayak

Tindakan pertama yang seharusnya dikerjakan oleh komunikator sebagai orang yang berperan dalam keberhasilan proses komunikasi adalah mengenal khalayak. Khalayak bersifat aktif dalam kegiatan komunikasi, sehingga antar pihak yang terlibat saling mempengaruhi satu sama lain.

## 2. Menyusun Pesan

Kegiatan menyusun pesan dalam strategi komunikasi dapat terlihat dari penggunaan kata kunci yang selalu muncul dalam setiap kegiatannya. Hal ini menjadi highlight yang ingin selalu disampaikan oleh komunitas kepada masyarakat atau target sasaran. Dalam menyusun pesan perlu namanya menetapkan topik dan bahasan. Syarat demi keberhasilan pesan (Schramm, 1973), diantaranya:

- a) Pesan dirancang dan diberikan secara baik dengan harapan dapat menggugah ketertarikan target khalayak.
- b) Pesan memerlukan isyarat yang bersumber pada kesamaan masa lalu antara kedua pihak.
- c) Pesan dijadikan pemenuhan kepentingan individu milik sasaran dan menawarkan cara-cara untuk.
- d) Pesan menawarkan solusi untuk mencapai kebutuhan yang memadai bagi kelompok untuk mendapat jawaban yang diinginkan.

## 3. Menetapkan Metode

Metode adalah suatu cara sistematis yang digunakan untuk menyampaikan suatu tujuan. Dalam melakukan strategi komunikasi, metode atau cara menyampaikan pesan dapat disusun dengan berbagai bentuk (Kriyantono, 2014), diantaranya:

#### 1). Event

Event adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan guna mengkomunikasikan suatu pesan kepada target audiens (Sulaksana, 2009). Tujuan diselenggarakannya sebuah event adalah untuk mengedukasi audiens, memperkuat brand, meningkatkan engagement, dan membangun kepercayaan dimasyarakat.

#### 2). Kerja sama antar lembaga atau komunitas

Bentuk penyusunan pesan dengan kerja sama bersama lembaga dapat diartikan sebagai bagian dari fungsi public relations. Public relations adalah fungsi manajemen untuk membentuk serta menjaga kerjasama yang baik antar lembaga dengan publik yang berguna dalam keberhasilan atau bahkan kegagalan dari Lembaga tersebut (Cutlip, Center & Broom, 2007).

#### 4. Komunikasi Komunitas

Komunikasi komunitas sama halnya dengan komunikasi kelompok yaitu komunikasi yang berlangsung secara tatap muka antara beberapa orang dalam satu kelompok yang memiliki struktur susunan kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok. (Huraerah & Purwanto, 2006).

Komunitas merupakan perkumpulan sosial yang memiliki kesamaan minat di antara para anggotanya. Setiap individu dalam komunitas mempunyai kebutuhan resiko, sumber daya, kepercayaan, maksud, dan hal-hal lain yang sama. Komunitas adalah sekumpulan orang yang saling peduli dan menghasilkan relasi yang erat antar anggota komunitas yang bersangkutan karena adanya kesamaan tujuan dan daya tarik. Komunitas berasal dari bahasa latin yaitu 'communitas' dari kata communis yang berarti publik atau orang banyak (Kertajaya, 2008).

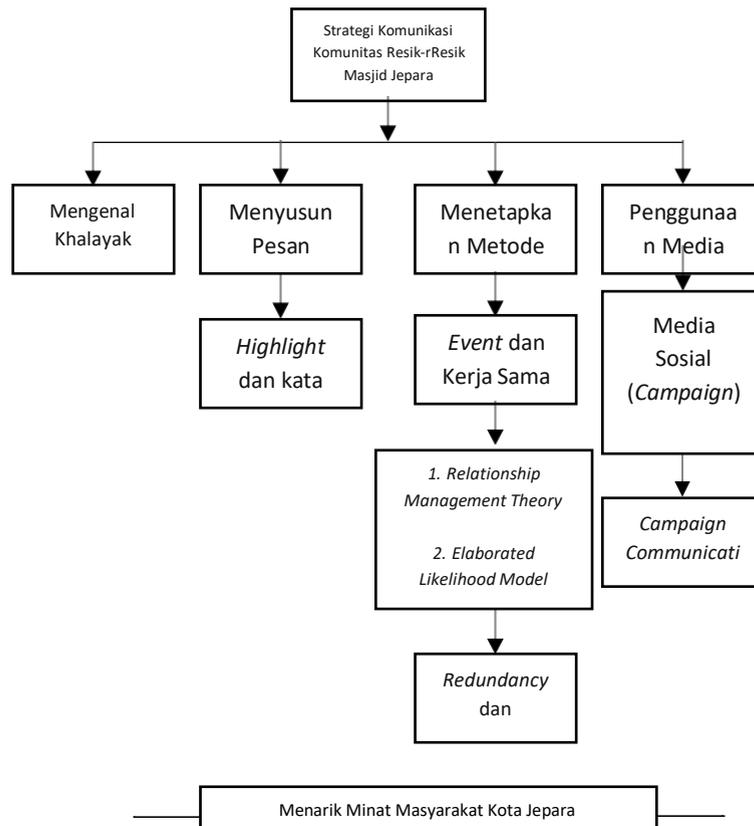
Dalam penelitian ini, komunitas yang diteliti berada pada bidang kebersihan. Komunitas kebersihan sudah sangat berkembang. Hal ini terlihat dari banyaknya komunitas yang muncul dikota-kota besar Indonesia.

Komunitas kebersihan adalah suatu wadah yang dimulai atau diprakarsai oleh masyarakat yang punya ketertarikan tinggi pada bidang kebersihan khususnya masjid dan sebagai tempat perkumpulan orang-orang yang *aware* terhadap kebersihan masjid.

Ciri-ciri komunitas (Santosa, 2009) diantaranya:

1. Terdapat motif, dorongan dan tujuan yang seragam sehingga terjadi interaksi sosial.
2. Adanya variasi tindakan dan ketrampilan antar orang efek dari interaksi sosial.
3. Memiliki struktur yang jelas guna mendapatkan tujuan bersama.
4. Terdapat penekanan dan pengukuhan tata tertib anggota dalam mewujudkan tujuan kelompok.

#### F. Kerangka Berpikir



## **G. Metode Penelitian**

### 1) Jenis dan Pendekatan Penelitian

Peneliti memilih metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang dapat menampilkan temuan yang tepat dan dapat memberikan gambaran deskriptif dari komunitas Resik-Resik Masjid Jepara sebagai objek penelitian. Selain itu, pendekatan deskriptif menjadikan hubungan antara peneliti dan subjek yang diteliti menjadi semakin dekat, sehingga menghasilkan data yang valid karena terjadi wawancara secara mendalam (Cresswell, 2013).

### 2) Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti dalam mengoperasikan konsep tersebut di lapangan (Singarimbun & Effendi, 2001).

Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah :

#### a. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan usaha menyusun beberapa rencana yang dapat mengarahkan komunikasi secara strategis. Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perencanaan komunikasi dengan mengkombinasikan unsur-unsur komunikasi yaitu komunikator, komunikan, pesan, media dan efek yang ada di komunitas Resik-Resik Masjid Jepara, untuk menghadapi situasi dan kondisi yang diperlukan dalam jangka panjang untuk mencapai efektivitas dari suatu tujuan. Batasan ruang lingkup strategi komunikasi meliputi strategi komunikasi internal dan eksternal komunitas Resik-Resik Masjid Jepara. Pada aspek penyusunan strategi komunikasi dalam penelitian ini di fokuskan pada khalayak, penyusunan pesan komunikasi, penetapan metode, pemilihan media, peranan komunikator dan mengetahui efek yang ditimbulkan. Dalam merumuskan strategi komunikasi agar mensukseskan tujuan komunitas Resik-Resik Masjid dengan baik, penelitian ini berfokus pada perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan.

### 3) Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian kualitatif, data didefinisikan sebagai bahan mentah yang dikumpulkan oleh peneliti yang menjadi dasar analisis. Sumber data adalah objek

pencarian yang merupakan tempat untuk mendapatkan data pencarian.

Penelitian ini mengumpulkan yang berasal dari data primer.

Data primer merupakan data yang didapat langsung dari lokasi penelitian atau lapangan (Nasution, 2011). Adapun sumber data primer dalam penelitian ini berdasarkan hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara yang dilakukan dengan Solichin sebagai ketua komunitas Resik-Resik Masjid Jepara, Risja Anja sebagai founder komunitas Resik-Resik Masjid Jepara, Sangrianto sebagai Humas komunitas Resik-Resik Jepara, Qomar, dkk. sebagai Anggota Resik-Resik Masjid Jepara.

#### 4) Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang menyesuaikan dengan metode penelitian yaitu kualitatif deskriptif, sebagai berikut:

##### a. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara terstruktur atau Teknik wawancara dengan cara membuat draft pertanyaan yang telah disusun dan direncanakan sebelumnya. Selanjutnya, pada proses wawancara informan diberikan sejumlah pertanyaan secara bertahap. Peneliti melakukan wawancara dengan pihak yang dianggap dapat memberikan informasi dan berkompeten sesuai dengan permasalahan dalam penelitian (Salama, El-Rahman & Sholihin, 2020), seperti dengan Ahmad Sholicin sebagai ketua Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara, Risja Anja sebagai *founder* Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara, Sangrianto, Qomar, dan Ahmad Najib sebagai anggota Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara. Pertanyaan yang telah disusun dalam draft pertanyaan menyangkut bagaimana dan cara perencanaan pada strategi komunitas tersebut. Melalui wawancara, peneliti dapat menggali, menganalisis, dan membandingkan dengan data lain (Salama & Nobuyuki, 2021).

##### b. Observasi

Observasi merupakan studi lapangan, dimana peneliti mengamati permasalahan-permasalahan yang ada. Observasi sebagai pemilihan, mengubah, pencatatan, dan mengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme in situ, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris. (Rakhmat, 2005).

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan observasi ke sekretariat Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara yang berada di desa Mulyoharjo, Jepara.

### c. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti digunakan untuk mendapatkan beberapa dokumen penting yang berguna dalam penelitian ini. Dokumen yang dimaksud adalah semua bahan yang tertulis maupun rekaman yang bisa dipakai untuk melengkapi data-data dan profil komunitas. Peneliti mendapatkan dokumen berupa struktural organisasi, jadwal aksi bersih-bersih, dan profil komunitas bersih-bersih masjid Jepara.

#### 5) Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan serangkaian data dan menyusunnya ke dalam suatu bentuk, kategori, dan unit-unit dasar (Patton, 1980). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model analisis yang digunakan oleh Miles dan Huberman dengan model analisis yang meliputi:

##### a) Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemilahan, dan pemusatan data agar data yang ditemukan di lapangan merupakan data valid (Miles & Huberman, 2007). Proses reduksi data ini dilakukan secara terus-menerus sehingga data tersebut adalah data jenuh dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Hasil reduksi data ini berupa catatan yang ditemukan saat di lapangan (Harsono, 2008).

Proses reduksi data ini diperoleh dengan cara meringkas, mengelompokkan serta memilih dan memilah data yang diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan Ahmad Sholicin sebagai ketua Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara, Risja Anja sebagai founder Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara, Sangrianto sebagai Humas Resik-Resik Masjid Jepara, Qomar dan Ahmad Najib sebagai anggota Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara.

##### b) Penyajian Data

Pada bagian ini semua data yang sudah diperoleh dari lapangan baik berupa dokumen, hasil wawancara, dan dokumentasi diidentifikasi kemudian disajikan dalam bentuk catatan wawancara, catatan lapangan, dan catatan dokumenter. Data yang dianalisis disajikan dalam format teks, sehingga dapat menjelaskan deskriptif tentang strategi komunikasi. Kategorisasi data dalam penelitian ini dibantu dengan teori komunikasi. Hal tersebut berkembang dan disesuaikan dengan hasil data yang terkumpul dalam proses pengumpulan data (Laswell, 1948).

### c) Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya yaitu melakukan penarikan kesimpulan, kesimpulan yang diperoleh tersebut merupakan suatu temuan baru dari penelitian yang belum pernah ada pada penelitian sebelumnya (Prastowo, 2014).

## H. Sistematika Penulisan

Bagian sistematika menggambarkan keterkaitan antara bab dan sub bab sebagai rangkuman pokok-pokok bahasan yang tercakup dalam penulisan skripsi, sehingga lebih mudah untuk memahami dan mencerna permasalahan yang disajikan. Sistematika penulisan skripsi ini dipisahkan menjadi lima unsur utama oleh kaidah penulisan skripsi yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo.

a. Pertama, bagian awal, judul, halaman, nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman abstrak, kata pengantar, dan daftar isi.

b. Bagian isi yang terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut:

### **Bab I: Pendahuluan**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

### **Bab II: Kerangka Teori**

Kerangka teoritik menjelaskan tentang tinjauan teoritis yang memaparkan variabel penelitian. Pada penelitian ini akan menguraikan tentang Strategi, Komunikasi, Komunitas, Kebersihan, Masjid.

### **Bab III: Gambaran Umum**

Memuat gambaran umum subjek penelitian dan menguraikan tentang subjek yang diteliti. Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan gambaran umum terkait Komunitas Resik-Resik Masjid.

### **Bab IV: Analisis Data Penelitian**

Pada Bab IV berisi analisis kemampuan meneliti menganalisa bagaimana menyusun Strategi Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara dalam Membangun Kesadaran untuk Menjaga Kebersihan Masjid se Kota Jepara serta menganalisa faktor pendukung dan penghambatnya.

### **Bab V: Penutup**

## **BAB II**

### **STRATEGI KOMUNIKASI, KOMUNITAS, DAN KOMUNIKASI KOMUNITAS**

#### **A. Strategi Komunikasi**

Secara efektif, keberhasilan dalam aktivitas komunikasi banyak ditentukan oleh strategi komunikasinya. Merencanakan cara dalam berkomunikasi merupakan hal yang sangat penting dan memiliki banyak manfaat untuk berbagai alasan menciptakan tujuan. Kunci dari strategi komunikasi ini merupakan sebuah tujuan yang harus mampu dipastikan keberhasilannya atas apa yang telah dikembangkan dari komunikasi itu sendiri.

Strategi yang pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) yang mencapai suatu tujuan. Diketahui tidak hanya memiliki fungsi sebagai peta jalan yang hanya menjadi petunjuk arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasioanalnya (Abidin, 2015). Dengan menunjukkan bagaimana konsep yang akan dikerjakan secara taktis, akan memudahkan seseorang dalam mengukur sebuah pekerjaan atau kegiatan tergantung pada situasi dan kondisi. Selain itu, dalam merencanakan konsepnya juga diperlukan pemikiran untuk memperhitungkan faktor pendukung dan faktor penghambat dalam penyusunan strategi tersebut.

Strategi sebagai penentu tujuan jangka panjang organisasi dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Suratiningsih & Lukitowati, 2020). Dengan menggunakan bantuan media, sumber-sumber yang diperlukan mudah didapatkan secara langsung maupun tidak langsung sehingga tujuan komunikasi dapat tercapai.

Strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media) penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2013). Strategi dalam penyatuan elemen tersebut juga memperhitungkan kondisi dan situasi dari sasaran terlebih dahulu, sehingga tujuan pokok dari strategi komunikasi dapat dilaksanakan dengan metode yang efektif.

Strategi komunikasi sebagai penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi

dimana termasuk didalamnya frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, saluran komunikasi (Kulvisaechana, 2001). Dalam hal ini, agar komunikasi dapat berjalan dengan baik, sebelumnya seseorang harus mempersiapkan strategi komunikasi terlebih dahulu dengan memperhatikan faktor-faktor pada setiap komponen yang bersangkutan, seperti kerangka acuan yang dipergunakan untuk memperbaiki tindakan komunikasi, kemudian pemilihan media komunikasi yang tepat, melihat situasi dan kondisi, tujuan pesan dan peran sebagai komunikator dalam menjalankan komunikasinya.

Tujuan dari strategi komunikasi yaitu *to secure understanding* yang artinya komunikator memastikan bahwa komunikan mengerti dengan pesan yang diterimanya. Kemudian *to establish acceptance*, ketika pesan telah dimengerti dan diterima, mereka (komunikan) harus dibina dan pada akhirnya, *to motivate action*, kegiatan komunikasi dapat dimotivasi.

Ketika merumuskan strategi komunikasi, terdapat empat faktor yang harus diperhatikan untuk menyusun strategi komunikasi yaitu; mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan memilih media (Fajar, 2009). Selain keempat faktor tersebut ada faktor yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi yaitu peranan komunikator dan efek komunikasi yang ditimbulkan, karena efek komunikasi menjadi indikator untuk keberhasilan proses komunikasi.

Berikut penjelasan faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi:

#### 1. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif. Sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi. Hal ini bergantung pada tujuan komunikator dapat bervariasi, baik itu untuk menyampaikan informasi kepada komunikan atau untuk mempengaruhi komunikan agar melakukan tindakan tertentu (persuasi). Dalam kedua kasus tersebut, faktor-faktor seperti kerangka referensi, situasi, dan kondisi komunikan perlu diperhatikan (Astuti & Fatmawati, 2021), seperti:

- a) Kondisi kepribadian dan fisik khalayak. Komunikator perlu memperhatikan karakteristik kepribadian dan kondisi fisik komunikan. Setiap individu memiliki perbedaan dalam cara menerima dan memproses informasi. Kondisi fisik seperti kesehatan dan lingkungan juga dapat mempengaruhi pemahaman dan respon komunikan terhadap pesan yang disampaikan.
- b) Pengaruh kelompok dan masyarakat. Komunikan juga dipengaruhi oleh kelompok dan masyarakat di sekitarnya. Nilai-nilai, norma-norma, dan pandangan kelompok atau masyarakat dapat mempengaruhi persepsi dan sikap komunikan terhadap pesan yang disampaikan. Komunikator perlu memahami konteks sosial dan budaya komunikan untuk menyampaikan pesan dengan lebih efektif.
- c) Situasi komunikan. Situasi di mana komunikan berada juga mempengaruhi komunikasi. Faktor-faktor seperti waktu, tempat, dan kondisi lingkungan dapat mempengaruhi perhatian, konsentrasi, dan respon komunikan terhadap pesan. Komunikator perlu mempertimbangkan situasi komunikan untuk memilih metode dan media yang tepat dalam menyampaikan pesan.

Dalam mencapai hasil yang positif dalam komunikasi, penting bagi komunikator untuk menciptakan persamaan kepentingan dengan komunikan. Hal ini dapat dilakukan melalui penyampaian pesan yang relevan dengan kebutuhan dan kepentingan komunikan, serta menggunakan metode dan media yang sesuai. Dengan menciptakan persamaan kepentingan, komunikator dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan memperoleh hasil yang diharapkan (Darmawan & Dkk, 2019).

## 2. Menyusun Pesan Komunikasi

Menyusun pesan atau menentukan tema dan materi adalah syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian adalah pengamatan terpusat, karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari

khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan (Cahyani, 2020).

Hal ini sesuai dengan AA *procedure* atau *from Attention to Action procedure*. Artinya membangkitkan perhatian (*Attention*) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan kegiatan (*Action*) sesuai tujuan yang dirumuskan. AA *Procedure* menggunakan lima tahapan yaitu A *Attention* (perhatian), I *Interest* (minat), D *Desire* (keinginan), D *Decision* (keputusan), dan A *Action* (kegiatan). Dimulainya komunikasi dengan membangkitkan perhatian akan menjadikan suksesnya komunikasi. Setelah perhatian muncul kemudian diikuti dengan upaya menumbuhkan minat yang merupakan tingkatan lebih tinggi dari perhatian. Minat merupakan titik pangkal untuk tumbuhnya hasrat. Selanjutnya seorang komunikator harus pandai membawa hasrat tersebut untuk menjadi suatu keputusan komunikasi untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator (Mongkau & dkk, 2017).

Dalam menentukan tema atau isi pesan yang dilontarkan kepada khalayak sesuai dengan kondisinya, dapat bersifat *on side issue*, suatu penyajian masalah yang bersifat sepihak, hanya segi positif atau hanya segi negatif saja. *Both sides issue*, suatu permasalahan yang disajikan baik segi negatif maupun segi positifnya (Retno, 2016).

### 3. Menetapkan Metode

Menetapkan metode, dalam hal ini metode penyampaian pesan dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu:

- a) Metode *redundancy (repetition)* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan sehingga peluang untuk mencapai audiens lebih besar karena pesan yang diulang memiliki kesempatan lebih besar untuk disampaikan kepada mereka yang mungkin telah melewatkan pesan sebelumnya. Salah satu manfaat penting dari pengulangan pesan adalah memudahkan khalayak untuk mengingat pesan yang disampaikan. Ketika pesan diulang secara konsisten, hal itu memperkuat ingatan dan memungkinkan pesan tersebut lebih mudah

diingat oleh khalayak. Dalam konteks ini, pengulangan dapat berfungsi sebagai alat untuk mengkondisikan dan mengingatkan khalayak tentang pesan yang ingin disampaikan (Fajar, 2009).

- b) Metode *canalizing* yaitu mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang kita kehendaki. Dalam metode ini, komunikator menggunakan saluran-saluran tertentu untuk mengarahkan dan mempengaruhi motif-motif yang ada pada diri khalayak. Dalam hal ini, proses komunikasi dimulai dengan komunikator yang memahami kepribadian, sikap, dan motif khalayak, kemudian memberikan ide-ide yang sesuai dengan karakteristik mereka. Secara perlahan, komunikator mengarahkan perubahan pola pikir dan sikap khalayak ke arah tujuan yang dikehendaki. metode *canalizing* melibatkan proses perubahan pola pikir dan sikap khalayak secara bertahap sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator. Dalam hal ini, komunikator memahami karakteristik khalayak dan menggunakan strategi komunikasi yang tepat untuk mencapai pengaruh yang diinginkan (Fajar, 2009).

Sedangkan menurut bentuk isinya dikenal dengan metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, kursif (Arifin A. , 2003).

- a) Metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya digunakan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada audiens. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk menyediakan informasi yang berguna dan faktual kepada khalayak (Amalliah & Yunita, 2022).
- b) Metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam metode ini, komunikator berusaha menggugah pikiran dan perasaan audiens untuk menerima pendapat atau pandangan tertentu. Biasanya pendekatan persuasif melibatkan penggunaan argumen yang kuat, logika, emosi, dan retorika untuk meyakinkan khalayak (Amalliah & Yunita, 2022).

- c) Metode edukatif, memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat, dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya. Komunikator secara sengaja dan terencana memberikan informasi yang mendidik dengan tujuan mengubah perilaku khalayak ke arah yang diinginkan. Metode ini fokus pada pengajaran, penjelasan, dan memberikan pemahaman yang lebih dalam kepada audiens (Samboja, 2020).
- d) Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir untuk menerima gagasan-gagasan atau ide-ide yang dilontarkan, dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah, intimidasi-intimidasi dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tangguh. Biasanya, metode ini digunakan dalam situasi otoriter atau di mana kekuatan dan kendali yang kuat ditempatkan di belakangnya (Samboja, 2020).

#### 4. Pemilihan Media

Dalam pemilihan media komunikasi, untuk mencapai sasaran komunikasi dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan. Hal ini dikarenakan masing-masing media mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat komunikasi. Oleh karena itu, pemanfaatan media televisi sebagai alternatif strategi komunikasi memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor diatas agar memperoleh hasil yang optimal (Fajar, 2009).

Ketika menciptakan suatu komunikasi yang efektif, pemilihan media wajib diperhitungkan. Menurut Elizabeth-Noelle yang dikutip oleh Rakhmat. Menurut tekniknya dibagi menjadi empat tanda pokok dari komunikasi media massa yaitu,

- a) Bersifat satu arah. Komunikasi melalui media massa cenderung bersifat satu arah, di mana komunikator mengirimkan pesan kepada khalayak tanpa adanya interaksi langsung antara mereka. Pesan yang disampaikan melalui media massa tidak memberikan kesempatan bagi

khalayak untuk memberikan tanggapan secara langsung kepada komunikator.

- b) Bersifat terbuka. Komunikasi melalui media massa ditujukan untuk publik yang tidak terbatas dan anonim. Pesan yang disampaikan melalui media massa dapat diakses oleh berbagai orang dari berbagai latar belakang atau wilayah yang berbeda. Hal ini menyebabkan pesan tersebut memiliki potensi untuk mencapai audiens yang lebih luas.
- c) Bersifat tidak langsung. Komunikasi melalui media massa memerlukan penggunaan media teknis sebagai perantara antara komunikator dan khalayak. Pesan disampaikan melalui media seperti surat kabar, televisi, radio, atau internet. Komunikator tidak berinteraksi langsung dengan khalayak, tetapi menggunakan media sebagai alat untuk menyampaikan pesan.
- d) Mempunyai publik yang secara geografis tersebar. Komunikasi melalui media massa memungkinkan pesan untuk mencapai publik yang tersebar secara geografis. Pesan yang disampaikan melalui media massa dapat diakses oleh orang-orang dari berbagai lokasi geografis, baik dalam skala lokal, nasional, maupun internasional (Rakhmat, 2005).

Dengan memperhatikan tujuan serta langkah untuk merencanakan strategi komunikasi, berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa strategi komunikasi merupakan suatu seni dengan menggunakan beberapa pendekatan yang dilakukan dalam proses pertukaran informasi untuk mencapai tujuan ataupun sebagai alat bantu untuk menyelesaikan masalah.

#### 1. Model-Model Strategi Komunikasi

Model merupakan tiruan dari suatu benda, sistem atau kejadian yang sesungguhnya yang hanya berisi informasi-informasi yang dianggap penting untuk ditelaah (Achmad, 2008). Dari pengertian tersebut, pada zaman ini komunikasi sudah digunakan dalam berbagai hal, strategi komunikasi lahir seiring dengan bidang-bidang lainnya, seperti: dalam bidang industri dan bidang ekonomi bisnis, yang kemudian strategi tersebut bertujuan untuk menguasai lingkungan

komunikasi guna mendapatkan sasaran komunikasi yang memiliki kecakapan.

Untuk membangun model strategi komunikasi yang diinginkan harus memperhatikan beberapa sifat dari strategi komunikasi yaitu bagian terintegrasi dari kajian perencanaan komunikasi tersebut, peran dari kredibilitas komunikator, *setting* komunikasi yang jelas, dan dapat memberikan manfaat (Suryadi, 2018).

Dari sifat-sifat yang sudah diketahui tersebut, strategi komunikasi ini memiliki sifat yang dapat menyesuaikan kondisi objeknya dalam bidang komunikasi. Sedangkan bentuk komunikasi akan berhubungan dengan proses penciptaan komunikasi itu sendiri karena strategi komunikasi yang diterapkan oleh seseorang tersebut memiliki tujuan. Proses penciptaan komunikasi tersebut dapat dirumuskan dengan membentuk ide-ide sampai menuliskan tujuan pada kertas kerja lalu mempraktikkannya dalam bentuk perilaku individu, sehingga menghasilkan efek komunikasi. Kemudian dibantu menggunakan alat teknologi media sehingga dapat dikatakan bahwa proses tersebut menghasilkan bentuk komunikasi.

## 2. Komponen dan Faktor Strategi Komunikasi

Agar dapat memperoleh keberhasilan dalam menerapkan strategi komunikasi, maka harus dihubungkan dengan komponen-komponen yang digunakan sebagai alat untuk melakukan evaluasi terhadap proses komunikasi. Untuk mencapai efektivitas komunikasi maka diperlukan strategi operasional tertentu. Jika dihubungkan dengan komunikasi, strategi komunikasi bisa dikatakan sebagai suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku khalayak, atas dasar skala yang luas melalui penyampaian gagasan-gagasan. Orientasinya terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dan merupakan kerangka sistematis pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi (Suhandang, 2014).

Terdapat lima komponen yang merupakan jawaban terhadap sebuah pertanyaan (Suryadi, 2018) yaitu:

- a. *Who?* menunjuk kepada komunikator sebagai sumber pengirim pesan.
- b. *Says what?* bentuk penjelasan yang diberikan oleh komunikator yang merupakan sebuah isi pesan atau informasi.

- c. *In which channel?* merupakan saluran atau media yang digunakan.
- d. *To whom?* menunjuk kepada komunikan.
- e. *With what effect?* dampak apa yang ditimbulkan dari pesan.

Dari pertanyaan-pertanyaan tersebut, dapat ditemui beberapa jawaban atas pertanyaan yang lain, pertanyaan tersebut seperti: Kapan komunikasi itu dilaksanakan? Atau bagaimana melaksanakan komunikasi tersebut? dan mengapa komunikasi dapat dilaksanakan demikian? Penambahan pertanyaan-pertanyaan inilah yang dinilai sangat penting dalam komunikasi untuk mengetahui efek yang diharapkan dari aktivitas komunikasi dengan berbagai macam pendekatan, yakni: *information, persuasion, intruction*.

Karena komponen strategi komunikasi ini sangat penting, seseorang diharapkan memiliki keahlian dalam menerapkan program kerjanya dengan baik. Adapun komponen-komponen dalam menyusun strategi (Effendy, 2007) :

a. Mengenal sasaran komunikasi

Dalam menyusun strategi, seseorang diharapkan mempelajari siapasaja yang akan menjadi sasaran komunikasinya. Tujuannya agar pesan komunikasi dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Ada dua faktor yang dapat diperhatikan pada komunikan sebagai penerima pesan (Effendy, 2007), yaitu:

- 1) Faktor kerangka referensi, Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari panduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita, dan lain sebagainya. Kerangka referensi ini mudah dipahami dalam situasi komunikasi interpersonal karena praktiknya hanya melibatkan satu orang dan akan lebih sulit ketika digunakan dalam komunikasi massa, karena sifatnya yang heterogen. Maka dari itu pesan yang disampaikan bersifat informatif dan umum agar dapat dimengerti oleh semua orang. Kemudian jika pesan tersebut bertujuan untuk menghasilkan sebuah respon berupa tindakan, maka komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa kelompok agar lebih efektif, dan mereka dapat melakukan komunikasi dua arah secara timbal balik.
- 2) Faktor situasi dan kondisi, yaitu situasi ketika komunikan sulit menerima

pesan yang disampaikan. Entah itu karena lingkungan atau perasaan dan pikiran dari komunikan tersebut. Situasi ini dapat terduga sebelumnya dan juga datang secara tiba-tiba. Seperti penempatan situasi, kondisi komunikan juga harus diperhatikan seperti fisik dan phisis saat menerima pesan komunikasi. Komunikasi kita tidak akan efektif apabila komunikan sedang marah, sedih, bingung, sakit atau lapar. Dalam menghadapi situasi dan kondisi komunikan yang seperti itu, sikap yang harus diambil adalah menunda komunikasi sampai datangnya suasana yang tepat. Tapi tidak jarang pula kita harus melakukannya pada saat itu jugadisini faktor manusiawi sangat penting.

b. Pemilihan media komunikasi

Media komunikasi di zaman modern ini terbilang sangat memadai jumlahnya, namun memilih media komunikasi yang tepat sangat diperlukan untuk mencapai sasaran komunikasi yang lebih menjangkau, itu juga dapat dilihat dari bagaimana cara pemilihan teknik yang akan dipergunakan terhadap tujuan komunikasi tersebut. Effendy mengklarifikasikan menjadi: media tulisan atau cetakan, visual, aural, dan audio visual.

Komunikator dapat memilih media yang terbaik sebab masing-masing media mempunyai kelebihan dan kekurangan tersendiri. Hal tersebut sesuai dengan pendapat effendy, bahwa dalam memilih media harus dilakukan selektif dan sesuai dengan keadaan dan kondisi sasaran.

c. Tujuan pesan komunikasi

Tujuan pesan komunikasi terdiri atas “isi pesan dan lambang. Lambang yang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi pesan komunikasi adalah bahasa, gambar, warna, gestur sedangkan bahasa terdiri atas kata yang mengandung pengertian denotatif dan konotatif”.

Pesan ini juga menentukan komunikator dalam memilih metode, apakah harus menggunakan metode *information*, *persuation* dan *intruction*. Dari sekian banyaknya bentuk lambang, lambang yang sering digunakan adalah bahasa, karena dengan bahasa seseorang dapat meyampaikan suatu pikiran dan perasaan secara konkrit dan abstrak dan sebagainya. Tanpa penguasaan

bahasa, hasil pemikiran yang bagaimanapun baiknya tak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat.

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

Seorang komunikator akan berhasil dalam menyampaikan sebuah pesan saat ia memiliki kemampuan dalam mengubah sikap, pendapat atau pemikiran serta perilaku dalam berkomunikasi agar mendapatkan daya tarik dari pihak komunikan. Kemudian dari komunikasi tersebut komunikator dapat mengubah kepercayaan mereka karena mereka menganggap komunikator dapat merasakan hal yang sama dengan apa yang mereka rasakan. Faktor penting seorang komunikator ada dua, yakni:

- 1) Daya tarik sumber, kemampuan seorang komunikator untuk terlibat dengan komunikatornya, sehingga mereka merasa ada kesamaan.
- 2) Kredibilitas sumber, seorang komunikator yang memiliki keahlian tertentu dapat menimbulkan kepercayaan komunikan.

Dari 4 komponen strategi komunikasi di atas, dalam pengoperasionalannya akan berhubungan dengan keyakinan dan kepribadian seorang penerima pesan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut. Selain komponen, faktor yang mempengaruhi strategi komunikasi juga menjadi penyebab timbulnya efek.

## **B. Komunitas**

Komunitas adalah orang-orang yang bertempat tinggal di suatu daerah yang terbatas secara geografis, yang terlibat dalam interaksi sosial dan memiliki satu atau lebih ikatan psikologis satu dengan yang lain dan dengan wilayah tempat tinggalnya.

Komunitas merupakan istilah yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari pada berbagai kalangan. Dalam kalimat komunitas ilmuwan, komunitas dimaknai sebagai kelompok manusia yang bisa saja tinggal di berbagai lokasi berbeda atau mungkin juga berjauhan jaraknya, namun dipersatukan minat dan kepentingan yang sama (Iriantara, 2004).

Sebuah komunitas dapat didefinisikan baik sebagai suatu kelompok kesatuan

manusia (kota kecil, kota atau desa), mampu sebagai seperangkat perasaan (rasa keikatan dan kesetiaan). Namun demikian tidak terdapat keseragaman dalam penggunaan istilah tersebut. Salah satu definisi yang banyak digunakan berbunyi Komunitas adalah suatu kelompok setempat (lokal) dimana orang melaksanakan segenap kegiatan (aktivitas) kehidupannya.

Peran komunitas (Poedjani, 2005) antara lain sebagai berikut :

1. Tempat coming out, berarti siap keluar, maksudnya bahwa setiap anggota yang telah tergabung berarti telah siap untuk coming out, minimal dalam komunitasnya.
2. Tempat tukar informasi, komunitas merupakan tempat menginformasikan isu, berita, gossip, gaya hidup, menyampaikan pesan juga sebagai tempat untuk memperkenalkan teman baru. Apapun dapat diinformasikan dalam komunitas.
3. Menunjukkan eksistensi, dengan adanya komunitas, anggotanya berusaha menunjukkan identitas diri dan eksistensi di lingkungannya.
4. Tempat untuk saling menguatkan, bahwa apa yang mereka jalani itu sesuatu yang normal bahwa mereka tidak sendiri, ada banyak orang-orang yang sehati dengan lingkungannya. Apabila komunitas ini mendapat tekanan dari pihak lain, maka anggotanya akan saling membantu dan mendukung.

Komunitas hal ini terjadi lantaran para pekerja mengidentifikasikan dirinya dengan sangat erat pada komunitas tersebut dan secara tak sadar para pekerja pun mengambil pola pikir sikap komunitas. Dengan demikian, sesungguhnya komunitas sekitar organisasi memiliki pengaruh besar dan langsung pada kinerja organisasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, sangat wajar bila kini semakin banyak organisasi yang menyadari pentingnya menjalin hubungan baik dengan komunitasnya.

Tapi bisa juga kita memandang komunitas berdasarkan karakteristik relasi di dalam komunitas tersebut, seperti :

1. Komunitas sebagai pengelompokan lokal yang didasarkan pada kedekatan dan kadang-kadang relasi tatap-muka (seperti pada komunitas lokal dan komunitas pekerja).
2. Komunitas sebagai kelompok kepentingan seperti dalam komunikasi penelitian, komunitas bisnis atau kelompok dengan karakteristik tertentu seperti komunitas etnis. Kita di Indonesia biasa menyamakannya dengan masyarakat, sehingga sering kita menggunakan istilah masyarakat bisnis atau masyarakat etnik tertentu.
3. Kualitas relasi di dalamnya dalam bentuk keterikatan moral dan emosional seperti mengacu pada identitas, nilai-nilai dan tujuan bersama, pengambilan keputusan secara partisipatif dan produksi simboliknya. (Iriantara, 2004).

## **C. Komunikasi Komunitas**

### **1. Pengertian Komunikasi Komunitas**

Komunikasi komunitas pada dasarnya sama dengan komunikasi pada umumnya yang memiliki komponen dasar yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan efek. Proses komunikasinya pun berlangsung secara tatap muka. Sebuah komunitas terdiri dari unit-unit komunikasi yang memiliki hubungan struktur antara satu dengan yang lainnya dimana semuanya memiliki fungsi masing-masing dalam suatu lingkungan. Sama halnya dengan salah satu komunitas kebersihan di Kota Jepara yaitu komunitas Resik-Resik Masjid Jepara. Komunikasi komunitas dalam konteks ini adalah proses interaksi, saling berbagi pesan dan saling mendukung dari anggota sebuah komunitas untuk tercapainya tujuan dari komunitas tersebut.

Resik-Resik Masjid sebagai sebuah komunitas memiliki ciri-ciri (Santosa, 2006), yaitu:

1. Terdapat motif, dorongan, dan tujuan yang seragam sehingga terjadi interaksi sosial.

Terbentuknya komunitas Resik-Resik Masjid berawal dari kesamaan minat dan hobi bersih-bersih. Anggota komunitas tersebut memiliki motif

yang beragam namun dengan tujuan yang sama yaitu untuk membersihkan masjid agar nyaman digunakan untuk beribadah. Mereka sama-sama memikirkan bahwa menyenangkan jika membersihkan masjid bersama-sama. Karenakesamaan minat, pemikiran, dan tujuan itulah komunitas ini dapat berjalan. Selain itu, kesamaan ini pun dapat dilihat dari para anggota yang bergabung dengan komunitas Resik-Resik Masjid.

2. Adanya variasi latar belakang dan keterampilan antar orang efek dari interaksi sosial.

Di dalam komunitas Resik-Resik Masjid Jepara, para anggota memiliki latar belakang, keterampilan dan kemampuan yang berbeda pada masing-masing individu. Anggotanya memiliki latar belakang yang berbeda-beda seperti pertukangan, pematung, wirausaha, ojek online, ibu rumah tangga dan lain-lain.

3. Memiliki struktur yang jelas guna mendapatkan tujuan bersama.

Kepengurusan di komunitas Resik-Resik Masjid Jepara memiliki struktur pengurus dan pembagian tugas yang sangat jelas. Mulai dari Penasehat, Ketua, Sekretaris, Bendahara, Koordinator Perlengkapan, Koordinator Lapangan, Koordinator Konsumsi, Humas dan Media. Kepengurusan ini berlaku selama periode empat tahun.

4. Terdapat penekanan dan pengukuhan tata tertib anggota dalam mewujudkan tujuan kelompok.

Pengukuhan tata tertib dari komunitas Resik-Resik Masjid Jepara ini sudah dipaparkan dengan jelas pada Akta Resik-Resik Masjid Jepara yang dibuat pada 27 Agustus 2019. Sehingga dalam menjalankan komunitas, seluruh anggota dapat berpedoman pada peraturan tersebut.

Selain itu, dalam menerapkan komunikasi komunitas, Resik-Resik Masjid Jepara juga mengadakan evaluasi yaitu kegiatan mengumpulkan informasi mengenai kinerja komunitas dimana informasi atau hasil dari evaluasi tersebut akan dipakai untuk membuat keputusan selanjutnya. Evaluasi ini dianggap penting untuk dilakukan karena mempengaruhi aktivitas dari strategi komunikasi komunitas Resik-Resik Masjid Jepara

kedepannya.

Dalam suatu komunitas, baik yang bersifat komersil atau sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi (Sendjaja, 2004).

## 2. Faktor Komunikasi Komunitas

### a. Faktor imitasi

Imitasi adalah suatu akibat dari interaksi sosial yang menyebabkan seseorang mengikuti pengaruh dari suatu lingkungan. Biasanya imitasi berawal dari lingkungan keluarga, kemudian lingkungan tetangga dan lingkungan masyarakat. Seseorang yang memiliki faktor imitasi ini sudah pasti memiliki sikap terbuka, menerima, dan mengagumi dalam dirinya.

### b. Faktor sugesti

Sugesti merupakan bentuk dari berjalannya suatu interaksi sosial. Sugesti berhubungan dengan proses mempengaruhi seseorang dan tergerak untuk mengikuti suatu ide. Biasanya faktor sugesti diterima seseorang dari orang lain yang mempunyai otoritas dan *prestige* sosial yang tinggi.

### c. Faktor simpati

Simpati merupakan perasaan tertariknya seseorang pada orang lain yang dapat timbul secara tiba-tiba atau perlahan. Faktor utama terbentuknya rasa simpati adalah dorongan ingin mengerti dan bekerja sama yang akan menciptakan apa yang disebut *mutual understanding*. Temuan yang diperoleh dari penelitian ini adalah kemunculan rasa simpati secara berangsur-angsur.

### d. Faktor hubungan

Hubungan adalah interaksi dua orang atau lebih dengan tujuan untuk mengenal satu sama lain. Dalam menjalankan sebuah komunitas, hal utama yang diperlukan adalah memiliki kepercayaan, tanggungjawab, dan *feedback* antar anggota. Tujuannya untuk menjaga kekompakan dan keharmonisan dalam suatu kelompok.

## **BAB III**

### **PROFIL KOMUNITAS RESIK-RESIK MASJID JEPARA**

#### **A. Sejarah Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara**

Komunitas Resik-Resik Masjid (RRM) Jepara adalah komunitas yang bergerak di bidang sosial spiritual yang mengajak masyarakat untuk bersama secara gotong royong membersihkan masjid. Komunitas RRM Jepara bersifat non politik, non aliran, non sales, independen, non profit, lintas komunitas, lintas ormas, dan lintas sosial.

Awal mula berdirinya komunitas RRM Jepara terinspirasi oleh komunitas RRM di Jepara yang saat itu bapak Risja Anja ikut kegiatan tersebut. Dari situ pak Anja mempunyai sebuah ide untuk membuat komunitas RRM di Jepara. Awalnya pak Anja mengajak teman-teman dari rekan bisnis dan organisasi untuk membuat komunitas RRM di Jepara. Setelah berhasil mengumpulkan anggota berjumlah sepuluh orang, pada tanggal 12 Januari 2018 komunitas RRM Jepara terbentuk. Dengan terbentuk dan sudah berkumpulnya anggota kegiatan RRM Jepara mulai di jalankan. RRM Jepara memulai kegiatan dengan datang ke masjid- masjid di daerah Jepara untuk dibersihkan. Saat itu banyak penolakan dari masyarakat karena komunitas RRM diduga membawa ajaran sesat, menjual produk, dan lain sebagainya. Namun ada juga masyarakat yang menyambut dengan baik komunitas RRM Jepara sehingga mau untuk dibersihkan masjidnya. Seiring berjalannya waktu masyarakat sudah mulai mengenal komunitas RRM Jepara sehingga yang dulunya menolak sekarang malah datahsng sendiri ke komunitas RRM untuk dibersihkan masjidnya.

Berdasarkan wawancara dengan pendiri Komunitas RRM Jepara Bapak Risja Anja pada 27 Agustus 2023, masyarakat akhirnya mulai tertarik untuk bergabung menjadi anggota RRM Jepara. Yang awalnya anggota RRM berjumlah sepuluh orang sekarang pada Agustus 2023 tercatat jumlah anggota RRM Jepara berjumlah 84 orang. Sebagian besar dari mereka tertarik untuk bergabung dengan RRM Jepara setelah masjid yang ada disekitar mereka di bersihkan oleh komunitas RRM Jepara. Namun ada juga yang mengetahui komunitas RRM Jepara melalui sosial media komunitas RRM Jepara yang sering meng-upload kegiatan RRM Jepara.



Gambar 3.1 *Tim Resik-Resik Masjid Jepara*

Bertambahnya jumlah respon positif dari masyarakat proses dalam pemilihan masjid untuk dibersihkan di ganti. Yang awalnya komunitas RRM Jepara menawarkan ke masjid-masjid, sekarang pihak masjid yang harus mendatangi komunitas RRM Jepara dengan menulis formulir yang berisi data dan alamat masjid yang akan di bersihkan.

Perubahan ini dilakukan dengan alasan keamanan agar terhindar dari penipuan. Karena ada suatu kejadian dimana komunitas pernah diundang untuk membersihkan masjid tetapi setelah di datangi keadaan masjid sangat sepi tidak ada orang yang menyambut dan kejadian tersebut sudah terjadi dua kali. Untuk menghindari hal tersebut terulang lagi, maka komunitas RRM mengubah proses dalam memilih masjid untuk dibersihkan.

### **B. Visi dan Misi**

Sebagai sebuah organisasi yang berbasis sosial keagamaan, komunitas Resik-Resik Masjid Jepara mempunyai visi dan misi guna mencapai tujuan dibentuknya komunitas. Adapun visi dan misi komunitas Resik-Resik Masjid Jepara adalah sebagai berikut:

a. Visi

Resik-Resik Masjid menjadi salah satu gerakan tauhid yang akan mengembalikan umat Islam kembali dan peduli terhadap masjid demi kejayaan Islam.

b. Misi

Memberi contoh kontribusi aktif dalam mengedukasi umat dan memakmurkan masjid, mengkokohkan persatuan dan kesatuan umat Islam, peduli terhadap sesama, serta memberikan pelayanan kebersihan secara gratis.

### **C. Peraturan dan Tata Tertib**

i. Himbauan kepada semua anggota RRM Jepara: Niatkan diri hanya untuk mencari Ridho Allah SWT & sibukkan diri untuk memperbaiki diri. Perbanyaklah amal kebaikan karena kita tidak tahu dari sebanyak amalan kita yang mana yang diterima Allah SWT & amalan yang mana yang dapat mengantarkan kita ke surga.

ii. Peraturan Whatsapp Komunitas RRM Jepara

1. Niat

Niatkan silaturahmi di Grup RRM Jepara hanya semata mata untuk mencari Ridho Allah Subhanahu Wata'ala dan untuk menguatkan niat dakwah peduli dan cinta terhadap masjid serta kejayaan agama Islam.

2. Tujuan

WhatsApp Grup RRM Jepara dibuat dengan tujuan sebagai pusat informasi kegiatan-kegiatan Tim Resik-Resik Masjid Jepara, sarana komunikasi dan diskusi, usulan tempat masjid maupun mushola, up-date dana operasinal, up-date kebutuhan alat dan bahan kebersihan, up-date kegiatan, up-date jadwal aksi resik-resik masjid, informasi kopi darat (pertemuan anggota), serta sebagai sarana edukasi penguatan iman dan pemahaman ajaran Islam.

3. Cara Menjadi Anggota Grup Whatsapp RRM Jepara

a. Minimal telah mengikuti kegiatan RRM satu kali (aksi RRM tiap pekan atau kegiatan lain)

b. Mengisi Form Pendaftaran Anggota RRM

4. Etika

a. Saudara-saudari anggota yang baru bergabung dalam grup RRM Jepara diwajibkan memperkenalkan diri (Nama lengkap, Nama Panggilan, Alamat Rumah,pekerjaan, dll.).

b. Saudara-saudari anggota lama disunnahkan saling menyapa dan

berkenalan, berinisiatiflah untuk memperkenalkan diri kepada saudara yang baru bergabung dengan komunitas RRM.

- c. Saling menghormati sesama, berkomunikasi dengan kata-kata yang baik dan bijaksana, yang bisa menginspirasi anggota lain untuk bisa istiqomah dalam resik-resik masjid.
- d. Selalu berprasangka baik terhadap saudara-saudari RRM Jepara. Disaat berjalannya diskusi atau komunikasi yang berkaitan dengan informasi atau kegiatan RRM tidak diperkenankan menyela atau mengalihkan pembicaraan diluar topik diskusi.
- e. *Copy paste* keilmuan, pengetahuan ataupun yang lain mohon disertakan sumbernya, kecuali kata-kata bijak, kata mutiara atau karya sendiri untuk mengajak kebaikan.
- f. Jika memposting kegiatan atau event-event kegiatan di luar kegiatan RRM Jepara harus izin terlebih dahulu kepada marbot atau admin RRM Jepara via pribadi.
- g. Bagi saudara-saudari RRM yang jarang aktif ikut kegiatan RRM Jepara, mohon tidak ikut menegur, menasehati atau mengingatkan saudara yang lain baik secara pribadi maupun langsung di grup, dikhawatirkan akan timbul persepsi yang berbeda. Alangkah baiknya disampaikan ke marbot atau admin terlebih dahulu via pribadi untuk diambil langkah kebijakan.
- h. Bercanda diperbolehkan asal tidak berlebihan.
- i. Segala sesuatu yang kurang jelas dan belum bisa dipahami, mohon ditanyakan ke marbot atau admin RRM Jepara.

#### 5. Larangan

- a. Dilarang keras memposting gambar, video, stiker maupun pembicaraan yang berkaitan dengan politik maupun politik praktis (partai politik), SARA, pornografi dan pornoaksi.
- b. Dilarang keras memposting gambar, video maupun pembicaraan yang berkaitan dengan perbedaan paham aliran ataupun organisasi islam tertentu yang memicu perpecahan umat islam.
- c. Dilarang keras memposting berita HOAX atau bohong atau menghasut.

- d. Dilarang debat didalam grup RRM Jepara.
  - e. Dilarang memposting foto, video, stikerWA perempuan dalam bentuk apa pun.
6. Kewajiban
- a. Semua saudara-saudari anggota RRM Jepara diwajibkan menjaga nama baik RRM Jepara.
  - b. Semua saudara-saudari anggota RRM Jepara diharuskan membantu menginformasikan dan mempublikasikan kegiatan-kegiatan RRM Jepara kepadakeluara, teman, maupun jejaring sosial yang ada. Dengan membantu membagikan informasi kegiatan RRM sudah termasuk berkontribusi kepada RRM & insya Allah yang bernilai pahala.
  - c. Semua saudara-saudari anggota RRM Jepara diharuskan mentaati, mengamalkan peraturan RRM Jepara, & saling menasihati dalam kebaikan, sertamenyibukkan diri memperbaiki diri.
7. Iklan Usaha Anggota RRM Jepara
- a. Saudara-saudari RRM Jepara yang punya usaha atau bisnis dipersilahkan mengiklankan memaparkan usahanya dengan menyertakan nomor yang bisa hubungi pada Hari Selasa.
  - b. Bagi yang bertanya atau minat produk yang tawarkan, silahkan menghubungi pengiklan dan jangan bertanya di grup.
  - c. Iklan gambar hanya diperkenankan maksimal 3 gambar.
  - d. Iklan video hanya diperkenankan 1 video.
  - e. Durasi iklan video maksimal 5 menit.
  - f. Segala sesuatu terjadinya akad jual beli diluar tanggung jawab komunitas RRM Jepara.
  - g. Iklan event di luar RRM harap izin adminRRM Jepara terlebih dahulu via pribadi.
8. Sanksi
- a. Teguran atau peringatan 1, 2, 3 kali.
  - b. Jika teguran atau peringatan tersebut masih dilanggar sampai 3 kali maka akan di skors dikeluarkan dari Grup WhatsApp RRM Jepara

selama 1 minggu. Walaupun sudah keluar dari Grup WhatsApp RRM Jepara, masih diperkenankan mengikuti kegiatan Resik-Resik Masjid.

#### **D. Sarana dan Prasarana**

Sarana dan prasarana merupakan hal yang penting dalam pelaksanaan kegiatan komunitas RRM Jepara guna mempermudah pelaksanaan kegiatan. Adapun sarana dan prasarana komunitas RRM adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tabel Sarana Prasarana

1. Gedung komisariat	11. Mesin Polisher	21. Sapu
2. Akun media sosial	12. Selang	22. Kemoceng
3. Grup Whatsapp	13. Kuas Basah	23. Ember
4. Mobil	14. Genset	24. Alat Pel
5. Tangga Besar	15. Kabel	25. Gayung
6. Tangga Kecil	16. Obat Keramik	26. Alat Pembersih kaca
7. Steam	17. Detergen	27. Cairan Pembersih Lantai
8. Blower	18. Amplas	28. Cairan Pembersih Kerak
9. Kompresor	19. Pisau	29. Cairan Pembersih Kaca
10. Meja	20. Polish Liquid	30. Buku Daftar Hadir

#### **E. Program Kegiatan Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara**

##### **a. Kegiatan Utama**

Kegiatan utama RRM Jepara adalah membersihkan masjid di daerah Jepara. Dalam melaksanakan kegiatan membersihkan masjid harus melalui beberapa proses antara lain sebagai berikut :

##### **1. Pemilihan Masjid**

Proses yang pertama adalah pemilihan masjid yang akan di bersihkan. Untuk prosesnya, pihak takmir masjid mengajukan surat permohonan kepada pihak RRM Jepara untuk di bersihkan masjidnya melalui pesan Whatsapp. Setelah pengajuan, pihak RRM Jepara akan melakukan survei ke masjid yang dilakukan oleh koordinator wilayah. Hal ini bertujuan untuk

memastikan apakah masjid tersebut benar- benar mengajukan permohonan serta mencatat apa saja kebutuhan yang di perlukan untuk proses pembersihan masjid. Setelah semua selesai di survei koordinator akan mendatangi balai desa setempat untuk meminta surat pengantar dari desa bahwa kegiatan RRM Jepara akan dilaksanakan di masjid tersebut.

## 2. Persiapan alat dan keperluan

Setelah survei, koordinator akan melaporkan hasil survei dari masjid yang akan dibersihkan termasuk keperluan apa saja yang diperlukan untuk membersihkan masjid ke grup Whatsapp khusus pengurus. Keperluan tersebut nantinya akan di lelang kepada anggota grup yang mau untuk membawanya. Sebagai contoh suatu masjid membutuhkan pembersih kerak lantai berjumlah 5, nantinya akan di *share* di grup dan anggota grup mengajukan akan memberikan pembersih kerak. Ketika semua kebutuhan sudah siap maka tinggal menentukan hari pelaksanaan kegiatan. Informasi tentang hari dan lokasi kegiatan akan di bagikan ke grup Whatsapp anggota dan akun media sosial Facebook dan Instagram RRM Jepara. Tujuan dari membagikan kegiatan ke media sosial RRM Jepara adalah untuk mengajak masyarakat mengikuti kegiatan RRM Jepara karena kegiatan membersihkan masjid itu bersifat umum dan semua orang bisa mengikuti kegiatan.

Persiapan dilanjutkan dengan menyiapkan alat-alat untuk keperluan membersihkan masjid ke dalam mobil RRM Jepara untuk di bawa ke lokasi kegiatan. Alat- alat tersebut seperti *vacuum cleaner*, sapu, pel, kemoceng, lap, pembersih kaca, sapu panjang, tangga, dan sikat. Alat-alat tersebut adalah alat milik komunitas RRM yang diperoleh dengan lelang dan sumbangan dari anggota RRM. Alat-alat tersebut beserta mobil RRM Masjid di simpan di rumah ketua RRM Jepara bapak Sholicin. Setelah alat sudah siap, alat tersebut akan di masukan ke dalam mobil untuk di bawa ke lokasi kegiatan.

## 3. Pelaksanaan pembersihan masjid

Kegiatan pembersihan masjid komunitas di lakukan setiap seminggu sekali kecuali jika ada halangan. Hari pelaksanaannya dilakukan pada hari Jum'at.

Kegiatan membersihkan masjid dimulai dengan pembukaan yang berisi sambutan dari pihak masjid dan pihak RRM Jepara serta pembagian tugas. Pembagian tugas tersebut antara lain:

- a. Tim Kipas, bertugas membersihkan kipas yang ada di masjid dengan menggunakan alat kompresor.
- b. Tim ruangan, membersihkan seluruh bagian ruangan mulai dari lantai, kaca, jendela, pintu, perabotan, serta atap masjid.
- c. Tim air, membersihkan tempat wudhu, dan kamar mandi masjid.
- d. Tim karpet, membersihkan karpet masjid menggunakan *vacuum cleaner*.
- e. Tim halaman, membersihkan seluruh halaman luar masjid. Tapi tim halaman bersifat kondisional. Karena tidak semua masjid mempunyai halaman.



Gambar 3.2 Pelaksanaan Kegiatan Resik-Resik Masjid oleh Tim RRM

Dalam praktiknya setiap anggota tidak diwajibkan untuk mengerjakan satu bagian saja. Artinya semua anggota membantu satu sama lain supaya pekerjaan menjadi ringan dan cepat selesai. Tak hanya bagi anggota, warga sekitar masjid ikut membantu dalam kegiatan membersihkan masjid. Tapi khusus anggota perempuan hanya mendapat tugas untuk membersihkan ruangan saja.



Gambar 3.3 *Pelaksanaan Kegiatan Resik-Resik Masjid oleh Tim RRM*

Waktu pelaksanaan kegiatan dimulai dari jam 7 pagi sampai selesai tergantung bagaimana kondisi masjid. Jika masjid yang di bersihkan besar maka akan lebih lama dalam membersihkannya. Begitupun sebaliknya, jika masjid yang dibersihkan kecil maka proses pembersihannya juga akan lama. Ada hal lain yang mempengaruhi cepat lamanya proses pembersihan yaitu jumlah anggota dan masyarakat yang ikut dalam kegiatan. Semakin banyak anggota dan masyarakat yang ikut dalam kegiatan maka akan semakin cepat proses membersihkan masjid.

Selama kegiatan membersihkan masjid ada waktu istirahat. Waktu istirahat biasanya dimulai sekitar pukul 09.00. Seluruh anggota dan masyarakat istirahat sambil makan makanan yang disediakan. Ada makanan yang di bawa oleh anggota RRM Jepara dan ada juga makanan yang sudah disiapkan oleh pihak masjid.

b. Sahabat Al-Qur'an

Kegiatan sahabat Al-Qur'an merupakan kegiatan rutin komunitas RRM Jepara yang dilaksanakan setiap hari. Kegiatan ini tidak diwajibkan kepada semua anggota. Hanya anggota yang mau atau ingin ikut saja yang melakukan kegiatan sahabat Al-Qur'an. Pelaksanaan kegiatan ini yaitu dengan pembagian pembacaan Al-Qur'an kepada anggota sahabat Al-Qur'an dengan satu orang satu juz dalam waktu dua hari. Nantinya anggota yang telah selesai membaca satu juz

yang akan memberikan laporan di grup khusus anggota sahabat Al-Qur'an. Setelah itu anggota akan mendapat jatah juz selanjutnya untuk dilaporkan dua hari yang akan datang. Semisal seorang anggota mendapat juz 1, setelah laporan ia akan mendapat juz 2 untuk dua hari yang akan datang. Dan akan berlanjut sampai juz 30, kemudian mengulang lagi dari juz 1. Saat mendapat juz 30, anggota mendapat tugas untuk membaca do'a khatam setelah laporan dari grup bahwa juz 1-30 telah selesai dibaca.

c. Ngaji Malam Jum'at

Ngaji rutin merupakan kegiatan RRM yang dilaksanakan setiap hari kamis malam. Kegiatan ini berisikan kegiatan ngaji yang dilaksanakan di mushola desa Kalongan, Jepara. Ngaji tersebut diikuti oleh anggota RRM serta warga sekitar dan dimulai setelah jamaah sholat Isya. Sampai kurang lebih pukul 20.30 WIB.

d. Kegiatan Bulan Ramadhan

Selama bulan ramadhan kegiatan membersihkan masjid dan kegiatan ngaji malam jum'at diliburkan. Namun ada kegiatan lain yang dilaksanakan oleh komunitas RRM Jepara dalam rangka menyambut bulan Ramadhan. Kegiatan tersebut yaitu bagi-bagi takjil, kegiatan bagi-bagi takjil dilaksanakan setiap hari minggu selama bulan Ramadhan. Targetnya adalah membagi takjil ke masjid di daerah Jepara, khususnya masjid- masjid yang belum pernah dibersihkan oleh RRM Jepara. Sekaligus untuk memperkenalkan tentang komunitas RRM Jepara kepada masyarakat.

Buka bersama, kegiatan buka bersama dilaksanakan atas permintaan salah satu anggota yang ingin mengundang anggota lain untuk buka bersama di rumahnya. Undangan ini dikhususkan hanya untuk anggota RRM Jepara. Untuk waktu pelaksanaannya tuan rumah yang menentukan. Daftar anggota yang hadir akan didata digrup guna membantu tuan rumah dalam menyiapkan porsi makan anggota supaya tidak terlalu berlebihan atau kurang.

Santunan yatim piatu, santunan yatim piatu dilaksanakan pada hari minggu terakhir bulan Ramadhan. Kegiatan ini dimulai dari pendataan anak yatim yang ditugaskan kepada koordinator wilayah dengan kuota sebanyak lima anak yatim per kecamatan. Apabila sudah terkumpul santunan akan diberikan kepada anak yatim berupa uang dan sembako. Saat penyerahan santunan, anak

yatim di minta untuk datang ke komisariat RRM Jepara. Namun hanya perwakilan saja yang berada di dekat komisariat. Sisanya akan diserahkan kepada koordinator untuk dibagikan kepada anak yatim yang ada di wilayahnya.

Selain buka bersama dana untuk kegiatan bulan Ramadhan di dapatkan melalui sumbangan dari anggota yang di posting di grup serta masyarakat yang ikut memberikan sumbangan melalui anggota RRM Jepara. Untuk kegiatan buka bersama murni dari sedekah tuan rumah kepada anggota RRM Jepara. Jadi seluruh biaya dan tempat ditanggung tuan rumah.

e. Bantuan Bencana Alam

Kegiatan bantuan bencana alam ini bersifat insidentil. Artinya kegiatan ini dilaksanakan ketika ada bencana yang terjadi. Kegiatan ini di lakukan dengan memberikan bantuan kepada masyarakat yang terkena bencana. Bantuan diberikan dengan memberikan sambako dan beberapa kebutuhan lain.

Kegiatan khusus ini sebagian besar dikhususkan untuk anggota. Namun tidak menutup kemungkinan ada masyarakat yang ikut dalam kegiatan ini. Sebagai contohnya ada masyarakat yang berdonasi atau ikut untuk pelaksanaan kegiatan khusus komunitas RRM Jepara.

**F. Strategi Komunikasi Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara Dalam Membangun Kesadaran Untuk Menjaga Kebersihan Masjid Se-Kota Jepara**

Untuk mencapai tujuan dalam berdakwah, komunitas Resik-Resik Masjid Jepara memerlukan sebuah strategi. Menurut Anwar Arifin, strategi merupakan seluruh keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dilakukan guna mencapai tujuan. Strategi yang digunakan oleh komunitas RRM Jepara ada pemilihan metode dakwah yang lebih menekankan metode dakwah Bi al-Hal yaitu metode dakwah dengan memberikan contoh secara nyata yang akan mempengaruhi mad'u sehingga mereka akan meniru hal baik yang dilakukan. Seperti saat membersihkan masjid seluruh anggota RRM Jepara akan saling gotong-royong membersihkan masjid. Hal ini sebagai contoh kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat tergerak hatinya untuk ikut dalam membantu kegiatan

RRM Jepara dan akan menerima apabila masyarakat tersebut ingin bergabung dengan komunitas.

Kemudian komunitas RRM Jepara menggunakan media sosial sebagai media atau wasilah dakwah. Media sosial tersebut seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Youtube. Penggunaan media sosial sebagai media dakwah karena media sosial mempunyai beberapa peranan penting sebagai strategi dalam berdakwah. Perananan media sosial sebagai strategi dakwah yaitu sebagai media infomasi, media diskusi, dan media silaturahmi.

Sebagai media infomasi, komunitas RRM Jepara menggunakan media sosial untuk memposting undangan kegiatan, potret kegiatan dan segala informasi yang berkaitan dengan komunitas RRM Jepara supaya anggota dan masyarakat lebih mengenal dan tertarik untuk ikut dalam kegiatan komunitas RRM Jepara.

Sebagai media diskusi, komunitas menggunakan media sosial Whatsapp untuk mendiskusikan segala hal terkait dengan kegiatan komunitas RRM Jepara yang dibagi dalam 2 grub yaitu grub anggota dan grub pengurus. Sebagian besar perencanaan kegiatan dilakukan secara online digrub Whatsapp meskipun mempunyai gedung komisariat. Karena terhalang kesibukan masing-masing anggota yang tidak bisa hadir dalam satu waktu dan tempat. Sehingga grub Whatsapp menjadi solusi untuk memudahkan dalam diskusi antar anggota.

Media silaturahmi, selain media diskusi grub whatsapp juga dijadikan sebagai media silaturahmi antar anggota. Ada peraturan dimana anggota baru wajib memperkenalkan diri dan menyapa anggota RRM Jepara. Setiap hari grub Whatsapp selalu ramai dengan percakapan dan candaan para anggota. Meski dengan candaan dan percakapan yang sangai para anggota harus selalu mematuhi peraturan yang ada di grub.

Penggunaan media sosial dalam setiap kegiatan komunitas RRM Jepara sangat membantu. Kerena memudahkan untuk mengkoordinasi anggota, mempublikasikan kegiatan yang dilakukan dengan memberikan contoh secara langsung untuk memperkenalkan komunitas RRM Jepara kepada masyarakat luas sehingga mereka bisa menerima dan mau untuk ikut serta dalam kegiatan komunitas RRM Jepara dengan menjunjung nilai gotong-royong, serta sebagai

sarana untuk mempererat tali silaturahmi sehingga dapat tercipta keharmonisan antar anggota.

**BAB IV**

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS RESIK-RESIK  
MASJID JEPARA DALAM MEMBANGUN KESADARAN UNTUK  
MENJAGA KEBERSIHAN MASJID SE-KOTA JEPARA**

**A. Hasil Wawancara**

**B. Analisis Strategi Komunikasi Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara  
Dalam Membangun Kesadaran untuk Menjaga Kebersihan Masjid se-  
Kota Jepara**

Komunitas Resik-Resik Masjid mempunyai tujuan utama yaitu menciptakan suasana masjid yang bersih dan nyaman sehingga diharapkan masjid dapat menjadi tempat yang nyaman untuk beribadah. Sesuai dengan jargon komunitas RRM Jepara yaitu " *Resik Masjide Khusyuk Ibadaha* ". Disamping itu terbentuknya komunitas RRM Jepara juga mempunyai tujuan sebagai ladang ibadah, menambah tali persaudaraan, gotong royong, serta membantu anggota RRM Jepara atau warga yang membutuhkan bantuan.

Oleh karena itu komunitas RRM Jepara mempunyai strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi dakwah yang paling ditekankan adalah melalui tindakan langsung. Hal ini dilakukan dengan memberikan contoh secara langsung kepada masyarakat melalui tindakan membersihkan masjid sesuai dengan visi misi komunitas RRM Jepara yang netral, independen, nirlaba, non *sales*, non profit, lintas organisasi, dan lintas aliran. Serta memberikan contoh bahwa aksi atau kegiatan yang dilakukan atas dasar suka rela dengan berniat mencari ridho Allah SWT.

Visi misi RRM Jepara selalu di terapkan pada setiap kegiatan RRM. Seperti saat melakukan aksi membersihkan masjid di mana anggota melakukannya dengan suka rela tanpa mencari imbalan. Bahkan untuk keperluan seperti alat-alat yang diperlukan untuk membersihkan masjid berasal dari anggota sendiri.

Selain memberikan edukasi secara langsung, komunitas RRM Jepara juga menggunakan media dalam mengajak masyarakat. Media yang digunakan

adalah media sosial komunitas RRM Jepara seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan Whatsapp.

Media sosial digunakan sebagai sarana dalam mengenalkan kegiatan RRM Masjid Jepara kepada masyarakat dan anggota. Penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Youtube biasanya berisi tentang potret kegiatan RRM Jepara serta ajakan kepada masyarakat untuk ikut dalam aksi membersihkan masjid. Sedangkan media sosial Whatsapp dikhususkan untuk anggota RRM Jepara. Grup Whatsapp tersebut digunakan sebagai media informasi sesama anggota. Informasi tersebut dapat berupa program kegiatan yang akan dilakukan, promosi produk atau dagangan anggota yang berprofesi sebagai wirausaha, serta edukasi kepada anggota grup dengan membagikan konten, tautan, artikel, foto, atau video tentang agama Islam. Grup Whatsapp juga digunakan sebagai media untuk mempererat silaturahmi antar anggota dengan saling berkomunikasi dan bercanda di grup Whatsapp.

Untuk mencapai tujuan dalam komunikasi dan dakwah, komunitas Resik-Resik Masjid Jepara memerlukan sebuah strategi. Menurut Anwar Arifin, strategi merupakan seluruh keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dilakukan guna mencapai tujuan. Berdasarkan data hasil penelitian strategi yang digunakan oleh komunitas RRM Jepara ada pemilihan metode dakwah yang lebih menekankan metode dakwah Bi al-Hal yaitu metode dakwah dengan memberikan contoh secara nyata yang akan mempengaruhi mad'u sehingga mereka akan meniru hal baik yang dilakukan. Seperti saat membersihkan masjid seluruh anggota RRM Jepara akan saling gotong-royong membersihkan masjid. Hal ini dapat sebagai contoh kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat tergerak hatinya untuk ikut dalam membantu kegiatan RRM Jepara dan akan menerima apabila masyarakat tersebut ingin bergabung kekomunitas.

Kemudian komunitas RRM Jepara menggunakan media sosial sebagai media atau wasilah dakwah. Media sosial tersebut seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Youtube. Penggunaan media sosial sebagai media dakwah karena media sosial mempunyai beberapa peranan penting sebagai strategi

dalam berdakwah. Perananan media sosial sebagai strategi dakwah yaitu sebagai media infomasi, media diskusi, dan media silaturahmi.

Sebagai media infomasi, komunitas RRM Jepara menggunakan media sosial untuk memposting undangan kegiatan, potret kegiatan dan segala informasi yang berkaitan dengan komunitas RRM Jepara supaya anggota dan masyarakat lebih mengenal dan tertarik untuk ikut dalam kegiatan komunitas RRM Jepara

Sebagai media diskusi, komunitas menggunakan media sosial Whatsapp untuk mendiskusikan segala hal terkait dengan kegiatan komunitas RRM Jepara yang dibagi dalam 2 grup yaitu grup anggota dan grup pengurus. Sebagian besar perencanaan kegiatan dilakukan secara online digrub Whatsapp meskipun mempunyai gedung komisariat. Karena terhalang kesibukan masing-masing anggota yang tidak bisa hadir dalam satu waktu dan tempat. Sehingga grub Whatsaap menjadi solusi untuk memudahkan dalam diskusi antar anggota.

Media silaturahmi, selain media diskusi grub whatsapp juga dijadikan sebagai media silaturahmi antar anggota. Ada peraturan dimana anggota baru wajib memperkenalkan diri dan menyapa anggota RRM Jepara. Setiap hari grub Whatsapp selalu ramai dengan percakapan dan candaan para anggota. Meski dengancandaan dan percakapan yang sangai para anggota harus selalu mematuhi peraturan yang ada di grub.

Penggunaan media sosial dalam setiap kegiatan komunitas RRM Jepara sangat membantu. Kerena memudahkan untuk mengkoordinasi anggota, mempublikasikan kegiatan yang dilakukan dengan memberikan contoh secara langsung untuk memperkenalkan tentang komunitas RRM Jepara kepada masyarakat luas sehingga mereka bisa menerima dan mau untuk ikut serta dalam kegiatan komunitas RRM Jepara dengan menjunjung nilai gotong-royong, serta sebagai sarana untuk mempererat tali silaturahmi sehingga dapat tercipta keharmonisan antar anggota.

### **C. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara Dalam Membangun Kesadaran untuk Menjaga Kebersihan Masjid Se-Kota Jepara**

Manajemen yang diterapkan dalam keorganisasian atau komunitas tentu

saja tidak akan bisa berjalan mulus seperti yang difikirkan kebanyakan orang. Dalam penerapan manajemen Komunitas RRM ini memiliki banyak sekali faktor penghambat dan pendukung, hal tersebut diyakini oleh para pengurus bahwa penghambat/tantangan yang selama ini terjadi adalah sebuah ujian yang diberikan oleh Allah untuk mengangkat derajat dari Komunitas RRM agar tetap tegak dan istiqomah dalam melaksanakan kegiatan sosial keagamaan. Berikut adalah hambatan- hambatan yang dialami oleh Komunitas RRM, antara lain: Tak ada gading yang tak retak, berikut adalah peribahasa yang dilontarkan oleh pembina RRM yang meyakini bahwa suatu hal atau sesuatu pasti memiliki kekurangan atau kelemahan. Perbedaan pendapat mengakibatkan perpecahan di dalam suatu organisasi, salah satu cara yang dilakukan oleh pengurus yaitu dengan meniatkan bahwa kegiatan bersih- bersih bukan karena adanya sebuah komunitas, namun dijalankan karena panggilan hati individu seseorang. Sedangkan hambatan yang dari luar komunitas yaitu banyak takmir yang menolak dan beranggapan bahwa Komunitas RRM adalah aliran baru, kegiatan salah satu partai, padahal komunitas tersebut adalah komunitas yang berdiri sendiri tanpa adanya pengaruh dari salah satu partai atau lain sebagainya. Beberapa takmir masjid menganggap bahwa kegiatan dari Komunitas RRM ini adalah salah satu langkah dari partai politik dan pemecah belah agama. Namun dengan adanya solusi/prosedur yang dimiliki oleh pengurus Komunitas RRM, maka kegiatan tersebut akan tetap dijalankan dengan tidak memaksa para takmir untuk menerimanya dan bisa dialihkan kepada masjid-masjid yang menerimanya dengan baik.

Hambatan memang lebih banyak dialami oleh komunitas itu sendiri (internal) daripada pengaruh dari luar (eksternal), karena di dalam Komunitas RRM ada beberapa orang yang memiliki *background* berbeda-beda. Maka dari itu perbedaan pendapat adalah hal yang wajar dan perlu dimaklumi karena dari perbedaan tersebut pengurus dapat mengambil atau berusaha untuk mengkomodir relawan serta anggota lainnya. Hambatan lain yang bersifat eksternal yaitu terkait dengan perizinan untuk membersihkan masjid, ada beberapa takmir sangat terbuka menerima dan ada beberapa jama'ahnya yang secara tiba-tiba menolak, bahkan sebaliknya.

Dari relawan sendiri merasa bahwa hambatan yang selama ini terjadi adalah sebatas kewajaran, karena dalam Komunitas RRM sebuah hambatan akan timbul tergantung pada niat masing-masing relawan itu sendiri.

Hambatan tidak terjadi pada internal kepengurusan Komunitas RRM atau dari eksternal (takmir dan jama'ah) saja, namun ada beberapa hambatan yang dialami oleh relawan secara pribadi ketika mengikuti kegiatan bersih-bersih masjid di seluruh Kota Jepara. Dari segi waktu yang masih memiliki kegiatan lain bahkan acara keluarga yang tidak dapat ditinggalkan menjadi penyebab ketidakaktifan relawan untuk mengikuti bersih-bersih secara rutin. Jarak tempuh dari masing-masing rumah relawan dengan lokasi masjid yang akan dibersihkan juga mempengaruhi kehadiran untuk bersih-bersih.

Terlepas dari faktor penghambat yang dialami, kemudian untuk mengembangkan Komunitas RRM baik secara internal maupun eksternal diperlukan dukungan dari berbagai kalangan. Berikut adalah faktor pendukung yang dirasakan oleh pengurus maupun relawan RRM:

Banyaknya donatur yang mempercayai Komunitas RRM sebagai komunitas yang mengemban amanah yang sudah ditetapkan dalam kepedulian terhadap masjid. Sehingga ada beberapa donatur yang memberikan peralatan lebih kepada komunitas tersebut dan merasa kewalahan karena alat yang diterima melebihi anggota atau relawan yang ada. Maka dari itu, dari pengurus juga mengalihkan alat tersebut kepada komunitas lain agar dipergunakan sesuai dengan keinginan para donatur.

Tidak hanya peralatan saja yang diberikan oleh para donatur untuk Komunitas RRM, ada beberapa konsumsi yaitu catering Bagong yang setiap hari jum'atnya memberikan 40 dus makanan untuk para relawan. Dari Dian catering juga memberikan 40 dus mie goreng/nasi goreng disetiap hari jum'at juga. Ada beberapa bahan untuk pembersihan dan dana yang langsung dikirimkan ke rekening.

Dari relawan sendiri merasa bahwa faktor pendukung yang dirasakan yaitu adanya rasa solid dan kekompakan sesama relawan yang seiring berjalannya waktu meluangkan waktunya untuk selalu hadir. Dengan mengikuti kegiatan bersih-bersih masjid dapat mendukung diri sendiri untuk mencari

pahala, memohon kelancaran rizki, umur panjang, dan memiliki teman-teman yang sholih.

Dengan kesamaan visi yang dirasakan oleh para relawan, menjadi faktor pendukung untuk bersatu padu mencapai tujuan yang diinginkan. Peralatan yang sudah lengkap menjadikan masjid semakin bersih, karena adanya dukungan para donatur yang memiliki satu visi dengan Komunitas RRM.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dan analisis strategi Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara dalam membangun kesadaran untuk menjaga kebersihan masjid se-Kota Jepara, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah yang dilakukan oleh Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara adalah pilihan metode dakwah *Bi al-Hal* yaitu metode dakwah dengan memberikan contoh secara nyata yang akan mempengaruhi mad'u sehingga mereka akan meniru hal baik yang dilakukan. Seperti saat membersihkan masjid, seluruh anggota RRM Jepara akan saling gotong-royong membersihkan masjid. Hal ini dapat sebagai contoh kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat tergerak hatinya untuk ikut dalam membantu kegiatan RRM Jepara dan akan menerima apabila masyarakat tersebut ingin bergabung dengan komunitas

Dalam pelaksanaannya tidak lepas dari faktor pendukung dan penghambat, faktor pendukung yang dirasakan Komunitas RRM seperti banyaknya donatur yang mempercayai Komunitas RRM sebagai komunitas yang mengemban amanah yang sudah ditetapkan dalam kepedulian terhadap masjid. Sehingga ada beberapa donatur yang memberikan peralatan lebih kepada komunitas, tidak hanya berupa alat saja namun ada juga yang berupa makanan serta dana yang dikirimkan ke rekening komunitas. Faktor penghambat yang ditemukan seperti banyak takmir yang menolak dan beranggapan bahwa Komunitas RRM adalah aliran baru atau kegiatan salah satu partai, padahal komunitas tersebut adalah komunitas yang berdiri sendiri tanpa adanya pengaruh dari salah satu partai atau lain sebagainya. Beberapa takmir masjid menganggap bahwa kegiatan dari Komunitas RRM ini adalah salah satu langkah dari partai politik dan pemecah belah agama. Namun dengan adanya solusi/prosedur yang dimiliki oleh pengurus Komunitas RRM, maka kegiatan tersebut akan tetap dijalankan dengan tidak memaksa para takmir untuk menerimanya dan bisa dialihkan kepada masjid-masjid yang menerimanya

dengan baik.

## **B. Saran**

Setelah melalui berbagai macam hal dalam penelitian ada beberapa poin yang perlu dipertimbangkan sebagai masukan terhadap Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara diantaranya :

1. Diharapkan pihak Komunitas senantiasa melakukan inovasi baru dan menarik dalam hal strategi untuk mengajak masyarakat menjaga kebersihan masjid dan turut serta dalam melakukan kebersihan masjid di kota Jepara.
2. Bagi masyarakat Jepara diharapkan untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan kebersihan masjid sehingga kenyamanan dalam beribadah di masjid dapat terjaga.
3. Bagi penelitian selanjutnya disarankan agar meningkatkan lagi ketelitian dalam segi kelengkapan data yang diperoleh dari hasil atau kajian yang diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, R. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.  
Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Aisyah, E. (2019) "Strategi Komunikasi Komunitas Kampung Dongeng Medan dalam Membangun Akhlakul Karimah dan Kemampuan Berkomunikasi Pada Anak di Kota Medan." *Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam* 6.1 : 102-115.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2012). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Ed- revisi, cet ke 3. Jakarta: Rajawali Pers.
- Departemen Agama. (2010). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro.
- Effendy, O. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, cet ke 22. Bandung: PT Rosdakarya.
- Firmansyah, Y., dan Femi, O. (2018) "Strategi komunikasi komunitas pungklung dalam membangun citra positif di masyarakat." *Journal Signal* 6.2 : 274-292.
- Goldhaber, G. (1993). *Komunikasi Organisasi* Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hikmat, M. (2014). *Metode Penelitian dalam perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Irkham, A. (2012). *Gempa Literasi*, cet ke 1. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

- Ismail, I., dan Prio, H. (2013). *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, Ed ke 1, cet ke 1. Jakarta: Kencana. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung; PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, cet ke 15. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Rakhmat, J. (1998). *Metode Penelitian Komunikasi*, Ed ke 2, cet ke 6. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Rakhmat, J. (2005). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadan, A., Agus, W., & Fatchurrohman, M. (2022) "Strategi Komunikasi Komunitas Ngadem Dalam Menumbuhkan Rasa Cinta Al Qur'an Di Kelurahan Sumber Surakarta." *Jurnal Ilmiah Hospitality* 11.2: 541-550.
- Ruslan, R. (2006). *Metodologi Penelitian Public Relation dan Komunikasi*.
- Salama, N. and Chikudate, N. (2023). Unpacking the lived experiences of corporate bribery: a phenomenological analysis of the common sense in the Indonesian business world. *Social Responsibility Journal*, 19(3), 446-459.
- Salama, N., & Chikudate, N. (2021). Religious influences on the rationalization of corporate bribery in Indonesia: a phenomenological study. *Asian Journal of Business Ethics*, 10(1), 85–102.
- Salama, N., El-Rahman, M., & Sholihin, M. (2020). Investigation into obedience in the face of unethical behavior. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(2), 207-218.
- Sinaga, C. (2017) "Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom FM dalam Mempertahankan Eksistensinya." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1.1 : 1-16.
- Suharismi, A. (2006). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Rineka Cipta.

Syafruddin, H., dan Abdullah, S. (1988). *Mimbar Masjid*, Jakarta: CV Haji Masagung

## LAMPIRAN



Lampiran 1 Foto Wawancara Peneliti Bersama Ketua Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara



Lampiran 2 Foto Wawancara Peneliti Bersama Founder dan Anggota Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara

## **DRAF WAWANCARA**

1. Narasumber : Ahmad Sholicin

Jabatan : Ketua Komunitas Resik-Resik Masjid

JeparaDraft Pertanyaan

- a. Secara administratif, bagaimana Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara mengelola kegiatannya?
- b. Menurut anda, apa bedanya Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara dengan komunitas bersih bersih masjid lainnya?
- c. Apa faktor pendukung dan penghambat kegiatan Komunitas Resik- Resik Masjid Jepara dalam membangun kesadaran untuk menjaga kebersihan masjid di kota Jepara?
- d. Bagaimana penilaian anda terhadap peran Komunitas Resik-Resik Masjid dalam hal ketepatan strategi, efektivitas dan dampak dari meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan masjid?
- e. Apa harapan untuk Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara kedepannya?

2. Narasumber : Risja Anja

Jabatan : Founder Komunitas Resik-Resik

Masjid JeparaDraft Pertanyaan

- a. Apa tujuan didirikannya Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara?
- b. Sejak kapan Komunitas Resik-Resik Masjid berkiprah di Jepara?
- c. Apa bedanya Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara dengan komunitaslainnya?

- d. Bagaimana perkembangan kebersihan masjid di Jepara sejak Komunitas Resik-Resik Masjid ada?
- e. Bagaimana kondisi SDM di Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara?
- f. Strategi apa yang digunakan Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara dalam membangun kesadaran untuk menjaga kebersihan masjid di kotaJepara?

3. Narasumber : Sangrianto

Jabatan : Humas Komunitas Resik-Resik

Masjid JeparaDraft Pertanyaan

- a. Bagaimana tugas divisi humas dalam mengembangkan KomunitasResik-Resik Jepara?
- b. Apa saja peran dan pekerjaan yang dilakukan oleh humas?
- c. Bagaimana kontribusi anggota dan pengurus dalam divisi humas?
- d. Bentuk kegiatan seperti apa yang disusun oleh divisi humas?
- e. Strategi komunikasi dan pendekatan metode promosi seperti apa yangdilakukan divisi humas guna meningkatkan eksistensi komunitas Resik-Resik Masjid di kota Jepara?
- f. Bagaimana cara divisi humas komunitas Resik-Resik Masjid Jepara mengukur keberhasilan dari strategi komunikasi yang dilakukan untukmenarik minat masyarakat kota Jepara?

4. Narasumber : Qomar

Jabatan : Divisi Sosial Media Komunitas Resik-Resik

Masjid JeparaDraft Pertanyaan

- a. Media apa saja yang pernah digunakan Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara untuk menarik minat masyarakat?
- b. Bagaimana pertimbangan memilih media tersebut sebagai alat promosi komunitas?
- c. Bagaimana bentuk pola komunikasi yang dilakukan di social media?
- d. Bagaimana intensitas interaksi di social media antara komunitas dan masyarakat?
- e. Berdasarkan pengalaman, apa alasan kebanyakan anggota bergabung dengan komunitas?
- f. Bagaimana cara divisi media sosial mengukur keberhasilan dari strategi komunikasi yang dilakukan untuk menarik minat masyarakat kota Jepara?

5. Narasumber : Ahmad Najib

Jabatan : Anggota Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara

Draft Pertanyaan

- a. Sejak tahun berapa anda bergabung dengan Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara?
- b. Dari mana anda mengenal Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara?
- c. Apa yang melatarbelakangi anda untuk bergabung dengan Komunitas resik-Resik Masjid Jepara?
- d. Menurut anda, seberapa penting masyarakat perlu bergabung dengan Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara?
- e. Hal apa yang ingin anda dapatkan dari bergabung dengan Komunitas Resik-Resik Masjid Jepara?

- f. Dari berbagai strategi komunikasi yang dilakukan komunitas untuk menarik minat masyarakat, yang mana menurut anda yang paling mendapatkan dampak besar terhadap komunitas?

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Sifa Aulia Nurul Madani  
Tempat/Tanggal Lahir : Jepara, 21 Januari 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Jepara-Bangsri Km.09 Desa Jambu Barat,  
Kec.Mlonggo, Kab. Jepara, Prov. Jawa tengah  
Email : [sifaauliaa48@gmail.com](mailto:sifaauliaa48@gmail.com)

### Riwayat Pendidikan :

1. TK Tarbiyatul Athfal lulus tahun 2006
2. MI Mathalibul Huda Mlonggo lulus tahun 2012
3. MTsN 1 Jepara lulus tahun 2015
4. SMK N 3 Jepara lulus tahun 2018
5. UIN Walisongo Semarang lulus tahun hingga saat ini