

BAB VIII

CONTOH PROPOSAL PENELITIAN MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SGD BANDUNG

I. BIMBINGAN PENYULUHAN ISLAM

Contoh-contoh Judul Skripsi Mahasiswa yaitu :

- I. Implikasi Perbedaan Pemahaman Keagamaan Islam terhadap Ketentraman Keluarga.
 - a. Bimbingan Rohani Islam terhadap Pasien di Rumah Sakit.
 - b. Muhasabah sebagai Proses Konseling.
 - c. Konsep Kesehatan Mental dan Langkah-langkah Pembentukannya Menurut Al-Ghazali.
 - d. Motivasi Santri dalam Mengikuti Bimbingan Keagamaan di Pondok Pesantren Syamsul Ma'arif.
 - e. Metode Psikoterapi Islam Encep Burdah.
 - f. Proses Bimbingan Islam terhadap Remaja.

Judul Penelitiannya :

**PELAKSANAAN BIMBINGAN AGAMA ISLAM DALAM MENINGKATKAN KETENANGAN JIWA WARGA
BINAAN LAPAS KELAS I SUKAMISKIN**

Oleh : Sabila Luthfani NIM: 1210401087

PROPOSAL PENELITIAN

I. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk paling sempurna yang Allah ciptakan dibandingkan dengan lainnya, karena manusia memiliki pikiran dan perasaan yang tidak dimiliki oleh makhluk lainnya. Allah menurunkan agama Islam sebagai penuntun jalan bagi manusia agar mereka tidak mudah tersesat.

Agama merupakan tolak ukur bagi seseorang untuk melakukan suatu perbuatan, karena di dalam agama terkandung aturan yang Allah berikan dalam menjalani hidup. Aturan tersebut

bukan sebatas hubungan manusia dengan Allah, akan tetapi aturan hubungan antara manusia dan hubungan dengan lingkungan.

Gejala-gejala tidak tenang jiwa seseorang adalah mudah cemas, takut, emosi yang meluap-luap dan tidak terkendali, sehingga ia tidak dapat bersahabat dengan diri sendiri ataupun dengan orang lain. Seseorang membutuhkan pembimbing dalam proses pengenalan diri dan agama. Dibutuhkan berbagai proses untuk mengenal agama Islam, yakni dengan bantuan pembimbing yang memberikan pemahaman yang dapat diterima oleh orang tersebut sehingga dijadikan acuan dalam hidup. Maka, seseorang yang memiliki jiwa tenang terhindar dari gejala gangguan-gangguan jiwa. Menurut Wiryo Setiana (2012) bahwa manusia yang mempunyai kelainan jasmani dan mental, biasanya mereka memiliki perilaku abnormal seperti sosiopatik (tidak dapat menyesuaikan diri), penyimpangan sosial yang dapat melakukan hal-hal kriminal atau melanggar aturan dan norma. Seseorang yang melanggar aturan dan norma seperti di Indonesia dapat dikenakan hukuman dan sanksi sesuai undang-undang yang telah ditetapkan. Seseorang yang telah terbukti bersalah seperti judi, mencuri, membunuh, korupsi, dan tindakan kriminal lainnya akan mendapatkan hukuman dipenjara dan orang tersebut dikenal dengan sebutan narapidana atau warga binaan.

Bimbingan agama Islam merupakan salah satu bimbingan yang tepat untuk seseorang yang kurang mendapatkan ketenangan jiwa. Melalui bimbingan agama, seseorang akan mendapatkan ketenangan jiwa sehingga tindakannya sesuai dengan syariat Allah Swt.

Lapas kelas I Sukamiskin merupakan tempat bagi warga binaan yang telah terbukti melakukan tindak pidana korupsi dan tindak kriminal lainnya untuk dewasa muda. Pada tanggal 22 Juni 2010 telah dilakukan penandatanganan Prasasti oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Barat, Lapas Kelas I Sukamiskin mempunyai tugas melakukan pembinaan guna meningkatkan kualitas narapidana, meliputi kualitas ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa; kualitas intelektual, kualitas sikap dan perilaku; kualitas profesionalisme; dan kualitas kesehatan jasmani dan rohani serta kualitas keamanan dalam pelayanan.

Misi Lapas Kelas I Sukamiskin melaksanakan pembinaan sekaligus mempersiapkan warga binaan agar siap kembali ke masyarakat dan menjadi manusia yang berperan aktif dalam pembangunan negara melalui program.

- I. Pembinaan rohani (mental) dalam agama dan emosional.
- II. Pembinaan keterampilan (*soft skill*) yang dibutuhkan di masyarakat.
- III. Perlindungan terhadap Hak Asasi Manusia bagi warga binaan.
- IV. Menjaga keamanan bagi masyarakat, petugas dan warga binaan.
- V. Menjadi Lapas yang akuntabel dan pelayanan prima bagi publik.

Terdapat dua kategori yang menjadi warga binaan di Lapas yaitu, orang yang sengaja melakukan tindakan kriminal, sehingga dia menjadi warga binaan Lapas dan orang yang tidak sengaja melakukan hal yang dianggap kriminal sehingga menyebabkan dia menjadi warga binaan di Lapas.

Lapas Kelas I Sukamiskin mengadakan program bimbingan agama Islam untuk warga binaan yang beragama Islam. Awalnya program ini wajib diikuti setiap warga binaan yang beragama Islam, akan tetapi saat ini program tersebut hanya diwajibkan tiga bulan pertama masuk menjadi warga binaan. Agar mengetahui proses yang terjadi serta mengetahui metode dan materi yang diberikan dan hasil dari bimbingan agama Islam terhadap pemahaman dan kesadaran dalam

beragama. Maka, peneliti mengangkat sebuah judul “Pelaksanaan Bimbingan Agama Islam dalam Meningkatkan Ketenangan Jiwa Warga Binaan Lapas Kelas I Sukamiskin Bandung”, (Studi Deskriptif di Lapas Kelas I Sukamiskin Bandung).

I. Rumusan Masalah

- a. Apa program bimbingan agama Islam di Lapas Kelas I Sukamiskin ?
- h. Bagaimana proses bimbingan Islam di Lapas Kelas I Sukamiskin ?
- i. Bagaimana hasil dari kegiatan bimbingan dengan sebelum mengikuti kegiatan bimbingan agama Islam di Lapas Kelas I Bandung ?

I. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui program bimbingan agama Islam di Lapas Kelas I sukamiskin.
2. Untuk mengetahui proses bimbingan Islam di Lapas Kelas I Sukamiskin.
3. Untuk mengetahui hasil dari kegiatan bimbingan dengan sebelum mengikuti kegiatan bimbingan agama Islam di Lapas Kelas 1 Bandung.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoretis

Manfaat teoretis dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi keilmuan tentang bimbingan agama islam mengenai proses, metode, dan materi yang diberikan kepada warga binaan di Lapas serta dapat menjadi salah satu karya ilmiah yang dapat menambah koleksi kepustakaan Islam dan bermanfaat bagi kalangan akademis pada khususnya serta masyarakat pada umumnya.

2. Kegunaan Pratis

Penelitian ini, diharapkan memberikan manfaat dalam pelaksanaan bimbingan agama islam bagi peneliti mengenai proses, materi, dan metode di Lapas Kelas 1 Sukamiskin yang menghasilkan baik pada pemahaman dan kesadaran warga binaan. Dapat bermanfaat pula bagi Lapas Kelas 1 Sukamiskin sebagai bahan pertimbangan dalam pelaksanaan bimbingan agama Islam khususnya pada pembina pesantren Lapas dalam melaksanakan kegiatan bimbingan agama Islam guna meningkatkan kesadaran diri dalam beragama Islam terhadap warga binaan Lapas Kelas 1 Sukamiskin.

I. Tinjauan Pustaka

Skripsi Badriyatul 'Ulya dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul "Bimbingan Agama Islam Bagi Narapidana Anak di LPA Blitar" pada tahun 2010. Skripsi ini, menjelaskan bahwa bimbingan agama Islam adalah bentuk tindakan, usaha pemberian bantuan kepada seseorang atau sekelompok orang dalam membuat pilihan secara bijaksana, serta mengarahkan kembali sikap, pandangan dan tata cara kehidupan seseorang yang karena suatu hal, menyebabkan dia melakukan perbuatan-perbuatan yang bertentangan dengan norma masyarakat yang menyebabkan dia masuk lembaga permasyarakatan agar dapat kembali menjalani tata cara kehidupan secara wajar dan mampu menghadapi terhadap tuntutan-tuntutan hidupnya yang dimana bantuan itu bersifat psikologis serta berdasarkan ajaran agama Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan bimbingan agama Islam bagi Narapidana anak di LPA Blitar menggunakan beberapa metode diantaranya: Metode Bimbingan Kelompok meliputi; metode praktik, metode menghafal/pemberian tugas. Sedangkan materi yang digunakan dalam bimbingan agama Islam adalah: Aqidah, akhlak, ubudiyah, serta al-Quran.

Skripsi M. Khoirur Rofik dari IAIN Wali Songo Semarang yang berjudul "Implementasi Pembinaan Keagamaan melalui Madrasah Diniyah di Lembaga Permasayarakatan Kelas 1 Kedungpane Semarang", pada tahun 2009. Skripsi ini menjelaskan bahwa bentuk pembinaan yang dilakukan di Lembaga Permasayarakatan di antaranya, dengan memberikan pembinaan keagamaan bagi narapidana. Dengan pembinaan keagamaan tersebut, diharapkan para narapidana sadar akan perbuatannya dan bertaubat sehingga kembali pada jalan yang benar serta tegar dalam menjalani kehidupan.

Salah satu Lembaga Permasayarakatan berperan membina narapidana di wilayah Jawa Tengah yaitu; Lembaga Permasayarakatan Kelas I Kedungpane, tepatnya terletak di Kelurahan Wates Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Sebagai kota yang sedang berkembang dan merupakan ibu kota Jawa Tengah, Semarang tercatat sebagai kota yang memiliki tingkat kriminalitas yang cukup tinggi. Oleh sebab itu, Lembaga Permasayarakatan ikut turut andil dalam memberikan pembinaan bagi narapidana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Pembinaan bagi narapidana yang diberikan di Lapas Kelas 1 Kedungpane Semarang sebagian di antaranya adalah pembinaan keagamaan dengan menggunakan Madrasah Diniyah sebagai sarana pembelajaran dan penanaman nilai-nilai agama. Meskipun narapidana merupakan para pelanggar hukum, karena mereka tetap mendapat hak untuk mendapatkan perawatan baik perawatan rohani maupun jasmani.

I. Kerangka Berpikir

Berawal dari pemikiran bahwa bimbingan adalah proses pemberian bantuan yang dilakukan oleh orang yang ahli kepada seseorang atau beberapa orang individu, baik anak-anak, remaja maupun dewasa, agar orang yang dibimbing dapat mengembangkan kemampuan dirinya sendiri dan mandiri,

dengan memanfaatkan kekuatan individu dan sarana yang ada dan dapat dikembangkan berdasarkan norma-norma yang berkalu, (Prayitono, 2004:99). Pelaksanaan bimbingan agama Islam di Lapas merupakan serangkaian kegiatan yang mengarahkan secara sistematis dengan tujuan membantu warga binaan untuk meningkatkan kesadaran warga binaan dalam beragama agar menjadikan ketenangan jiwa bagi warga binaan. Seperti yang terkandung dalam Q.S. Ar-Rad:11 yang artinya :

Bagi manusia ada manusia ada malaikai-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tak ada perlindungan bagi mereka selain Dia, (Fadhil Abdurrahman, dkk., 2005:251).

Maksud ayat di atas, menjelaskan bahwa Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum kecuali dia mengubah keadaan hidupnya oleh usahanya sendiri. Misalnya seseorang menjadi warga binaan karena sebelumnya ia tidak sadar akan keharusannya berpegang teguh pada agama sehingga ia melakukan tindakan kriminal. Pada keadaan itu Allah tidak akan mengampuni dosanya dan merubah kesadaran dirinya terhadap beragama kecuali dirinya sendiri mau bertaubat dan sadar akan keharusannya dalam beragama.

Seseorang yang membutuhkan bimbingan agama Islam adalah orang yang selalu mengeluh, merasa tidak cocok dengan orang lain, tidak bersemangat dalam memikul tanggung jawab, hidupnya dipenuhi dengan kegelisahan, cemas dan mudah diserang oleh penyakit-penyakit yang jarang diobati. Di samping itu pula orang yang dalam hidupnya suka mengganggu, melanggar hak dan ketenangan jiwa orang lain, suka mengadu domba, memfitnah, menyeleweng, menganiaya,

menipu dan sebagainya (Zakiah Daradjat, 1983:10). Tidak seorang pun yang tidak ingin menikmati ketenangan dalam semuanya kebahagiaan dalam hidup. Semua orang akan berusaha mencarinya, meskipun tidak semuanya dapat mencapai yang diinginkannya itu. Berbagai sebab dan rintangan yang mungkin terjadi, sehingga banyak orang yang mengalami kegelisahan, kecemasan, dan ketidakpuasan. Sesungguhnya ketenangan hidup ketentraman jiwa atau kebahagiaan batin, tidak banyak tergantung kepada faktor-faktor luar seperti keadaan sosial, ekonomi, politik, adat kebiasaan, dan sebagainya, akan tetapi lebih tergantung kepada cara dan sikap menghadapi faktor-faktor tersebut (Zakiah Daradjat, 1983:15).

Jadi yang menentukan ketenangan dan kebahagiaan hidup adalah kesehatan mental. Kesehatan mental itulah yang menentukan tanggapan seseorang terhadap suatu persoalan dan kemampuannya menyesuaikan diri. Kesehatan mental pulalah yang menentukan apakah orang akan mempunyai kegairahan untuk hidup atau akan pasif dan tidak bersemangat (Zakiah Daradjat, 1983:15).

Proses membantu warga binaan untuk meningkatkan ketenangan jiwa dalam diri warga binaan yang dilakukan oleh Lapas Kelas 1 Sukamiskin merupakan bagian dakwah Islam. Dakwah adalah segala aktivitas dan kegiatan mengajak orang untuk berubah dari suatu situasi yang mengandung nilai yang Islami. Aktivitas dan kegiatan tersebut dilakukan sebagai wujud perilaku keislaman muslim yang melibatkan unsur da'i pesan, media, metode, mad'u, dan respons. Tujuannya tidak terlepas dari upaya untuk merubah pemahaman, sikap dan perilaku mad'u ke arah yang sesuai dengan pesan dakwah dalam rangka memperoleh ridha Allah (Aef Kusnawan, 2009:16).

Ada beberapa metode yang Al-Quran sampaikan kepada kita dalam pelaksanaan mengajak pada kebaikan yaitu; Q.S. An-Nahl:125 yang artinya : "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan

bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”, (Abdurrahman, 2005:282).

Program bimbingan agama Islam di Lapas Kelas 1 Sukamiskin dilakukan oleh pembimbing dengan sarana dan prasarana yang memadai dan didukung dengan praktisi pembimbing yang ahli diharapkan dapat menghasilkan warga binaan yang mampu mengenal diri dan sadar akan fitrahnya sebagai makhluk Tuhan yang beragama sehingga warga binaan mendapatkan ketenangan jiwa dalam hidup.

Pandangan Ahmad Tafsir, (2012:115) bahwa memberikan pemahaman mengenai konsep-konsep Islam diharapkan dapat menjadi sebuah prinsip warga binaan dalam beragama untuk memberikan pemahaman warga binaan mengenai prinsip dalam beragama. Pertama, yang bersifat doktrin, yaitu prinsip yang berupa yang harus diajarkan dan diterima apa adanya. Dasar penerimaannya ialah keyakinan bahwa itu benar karena datang dari yang Mahabener. Kedua, prinsip-prinsip yang bukan doktrin. Ia merupakan butiran-butiran ajaran agama Islam yang khilafiahnya adalah ajaran Islam yang ditunjuk oleh dalil *ghayr muhkam* atau yang disebut juga dalil-dalil *mutasyabihat*. Ajaran-ajaran yang berasal dari dali-dalil yang *ghayr muhkam* berupa prinsip-prinsip yang diperdebatkan oleh para ulama.

Pemahaman mengenai ajaran Islam yang didapat oleh warga binaan diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran agar warga binaan dapat menyelesaikan masalah dan melaksanakan ibadah dengan suasana ati yang tenang dan ikhlas. Menurut Abu Ahmadi (2009:83) memberikan pemahaman merupakan gejala kognisi. Gejala kognisi adalah memberikan hal yang dapat ditanggapi sehingga diingat dan dipikirkan oleh seseorang. Berpikir adalah aktivitas psikis yang intensional dan terjadi apabila seseorang menjumpai masalah yang harus dipecahkan. Dengan demikian, dalam berpikir itu seseorang

menghubungkan pengertian satu dengan pengertian lainnya dalam rangka mendapatkan pemecahan persoalan yang dihadapi.

Selanjutnya setelah pemahaman tersebut menjadi bahan pemikiran maka, diharapkan akan mempengaruhi pada gejala perasaan (afektif). Gejala perasaan kita menurut Abu Ahmadi, 2009:102 tergantung pada :

I. Keadaan jasmani; misalnya; badan kita dalam keadaan sakit, perasaan kita lebih mudah tersinggung daripada kalau badan kita dalam keadaan sehat dan segar.

II. Pembawaan; ada orang yang mempunyai pembawaan berperasaan halus, sebaiknya ada pula yang kebal perasannya.

III. Perasaan seseorang berkembang sejak ia mengalami sesuatu. Karena itu, mudah dimengerti bahwa keadaan yang pernah mempengaruhinya dapat memberikan corak dalam perkembangan perasaannya.

Klasifikasi perasaan Ketuhanan menurut Konhnstamm (Abu Ahmadi, 2009:103) bahwa perasaan ini berkaitan dengan kekuasaan Tuhan. Salah satu kelebihan manusia sebagai makhluk Tuhan adalah dianugerahkannya kemampuan mengenal Tuhan. Perasaan ini digolongkan pada peristiwa psikis yang paling mulia dan luhur. Oleh karena itu, pemilihan pola hidup religius adalah keputusan pribadi paling asasi dan memberikan kekuatan dalam menghadapi segala badai topan kehidupan.

Gambar 1.1

Skema Pelaksanaan Bimbingan Agama Islam dalam Meningkatkan Ketenangan Jiwa Warga Binaan Lapas Kelas 1 Sukamiskin



Feed Back

Adapun penjelasan skema di atas, adalah bimbingan agama islam di Lapas Kelas 1 Sukamiskin merupakan kebijakan pemerintah untuk warga binaan di Lapas binaan. Input dari bimbingan agama agama yang memiliki latar belakang berbeda. Pada program bimbingan agama Islam dilakukan dengan terencana dan didukung dengan berbagai pihak. Pelaksanaan

bimbingan agama Islam mencakup pada pembimbing, metode, materi, tujuan program, waktu pelaksanaan dan lain-lain. *Environmental input* dari bimbingan agama di Lapas merupakan dukungan dari keluarga, pembimbing, kawan, dan lingkungan Lapas, sehingga dapat menjadi feed back yang baik untuk warga binaan di Lapas.

I. Langkah-langkah Penelitian

1. Menentukan Lokasi

Lokasi penelitian ini, di Lapas Kelas 1 Sukamiskin di Jalan A.H. Nasution No. 114 Bandung.

Pemilihan lokasi ini didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut :

- I. Tersedianya data yang akan dijadikan objek penelitian;
- II. Memiliki sarana beribadah;
- III. Memiliki sarana dan prasarana bimbingan agama Islam;
- IV. Praktisi pembimbing agama Islam yang ahli seperti dari kemenag UIN Sunan Gunung Djati

Bandung, Unisba, guru pembantu dan relawan dari warga sekitar Sukamiskin.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam. Sugiono (2007: 209). Penelitian ini, berkaitan dengan fakta-fakta yang ditemukan dalam pelaksanaan bimbingan agama Islam dalam meningkatkan ketenangan jiwa warga binaan Lapas Kelas 1 Sukamiskin.

3. Jenis Data

Jenis data merupakan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan maka, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- I. Program bimbingan agama Islam di Lapas 1 Sukamiskin;
- II. Proses bimbingan agama Islam di Lapas Kelas 1 Sukamiskin;
- III. Hasil dari bimbingan agama Islam kepada warga binaan di Lapas Kelas 1 Sukamiskin.

4. Sumber Data

Data yang didapat dibagi menjadi dua bagian yaitu :

- I. Sumber data primer yaitu ketua rohani, 1 pembimbing, dan 3 warga binaan sebagai contoh kasusnya;
- II. Sumber sekunder didapatkan dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi di Lapas Kelas 1 Sukamiskin dan buku-buku ilmiah yang berhubungan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

- I. Observasi adalah kegiatan yang dilakukan dengan sengaja, serius dan sistematis yang mempunyai ciri spesifik terhadap fenomena sosial dan gejala alam dengan cara pengamatan dan pencatatan bila dibandingkan dengan teknik wawancara dan kuesioner yang selalu berkomunikasi dengan orang.
- II. Wawancara adalah tanya jawab peneliti dengan responden. Hal ini, dilakukan untuk mendapatkan jawaban-jawaban sesuai dengan kebutuhan peneliti. Wawancara ini dilakukan kepada petugas Lapas, pembimbing agama di Lapas dan warga binaan di Lapas Kelas 1 Sukamiskin.
- III. Dokumentasi teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.

6. Analisis Data

Data yang terkumpul selanjutnya secara keseluruhan dianalisis sesuai dengan kelompok data, untuk menganalisis data-data hasil penelitian digunakan pendekatan kualitatif. Data-data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi

secara langsung di lapangan dan studi dokumentasi dianalisis dengan pendekatan logika karena data-data tersebut bersifat kualitatif.

Adapun analisis data langkah-langkahnya sebagai berikut :

- I. Mengumpulkan data dan menyusun data yang diperlukan.
- II. Mengklasifikasikan data-data yang sudah terkumpul sesuai dengan jenis data masing-masing.
- III. Setelah data diklasifikasikan menurut jenisnya dan dihubungkan antara data yang satu dengan data yang lain.
- IV. Langkah selanjutnya ditafsirkan.
- V. Langkah terakhir menarik kesimpulan.
- VI. Pengujian Keabsahan Data.

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility* (validitas interbal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reabilitas), *confirmability* (obyektivitas). Namun, penelitian ini menggunakan uji *credibility* (validitas interbal) dilakukan dengan memperpanjang pengamatan, meningkatkan ketekunan untuk melakukan triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan *member check*.

I. KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

Contoh-contoh Judul Skripsinya yaitu :

1. Studi Komparasi antara Strategi Dakwah NU dan Muhammadiyah di Indonesia pada Masa Reformasi Tahun 2000.
2. Teater sebagai Media Dakwah.
3. Pesan Dakwah dalam Lagu Qosidah Modern al-Manar.

4. Model Retorika Dakwah K.H. Miftah Farid.

5. Keefektifan Tabligh melalui Penerapan Psikologi Komunikasi.

6. Peranan Khithabah Front Pembela Islam dalam Memberantas Kemungkaran di Desa Tarikolot Kecamatan Wado Kabupaten Sumedang.

7. Analisis Pesan Dakwah Rubrik "Mutiara Ramadhan pada HUT Pikiran Rakyat.

Judul Penelitiannya :

METODE DAKWAH DRS. K.H. MUHAMMAD FAUZAN JAERNURI, M.A,g. PADA PENGAJIAN KITAB KUNING DI PONDOK PESANTREN AI-MUHAJIRIN

Oleh Euis Maryamah NIM: 1211402025

PROPOSAL PENELITIAN

I. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim di Dunia. Kewajiban ini erat kaitannya dalam upaya penyadaran dan pembinaan pemahaman, keyakinan dan pengamalan ajaran Islam. Sehingga bisa diamalkan dalam kehidupan sehari-hari dan berdampak positif bagi kehidupan manusia yang sebelumnya mempunyai sifat negatif. Dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125 Allah berfirman:

نَعْلَمُ لَبِئْسَ مَا يَجْعَلُونَ مِنْ دِينِهِمْ لَوْ جَاءَتْهُمْ آيَاتُنَا مُنْجِيَةً لَوَجَدُوا جَهَنَّمَ كَمَا كَانُوا جَاءُوا بِهَا مُتَقَبَّلِينَ
{125} نِي دت همل اب مل عأ وهو هلي بس

Artinya:

Serulah manusia kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnya Tuhan-mu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari Jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Maksud hikmah dalam ayat di atas ialah perkataan tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang batil. Karena berdakwah merupakan kewajiban setiap umat Islam. Namun, yang paling penting dalam berdakwah ialah proses yang harus dilalui oleh setiap da'i agar bisa mengajak mad'u nya ke arah yang lebih baik lagi dan

menjalankan syari'at Islam sesuai dengan ketentuan yang telah tertera dalam Al-Quran dan Al-Hadits. Dakwah merupakan bagian dari tugas suci (ibadah) umat Islam. Apapun bentuknya dan konteksnya akan dibutuhkan oleh umat dalam rangka manumbuhkan dan mewujudkan keshalehan individual dan keshalehan sosial, yaitu pribadi yang memiliki kasih sayang terhadap sesamanya dan mewujudkan tatanan masyarakat *marhamah* yang dilandasi oleh kebenaran tauhid, persamaan derajat, semangat persaudaraan kesadaran akan arti penting kesejahteraan bersama dan penegakkan keadilan di tengah-tengah kehidupan masyarakat.

Kemudian, kegiatan dakwah pun tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian ajaran Islam melalui mimbar belaka, akan tetapi melahirkan kesadaran bahwa masyarakat sebagai sasaran atau objek dakwah (*mad'u*) tidak bersifat pasif dan dianggap tidak memiliki pemahaman dan harapan terhadap kegiatan dakwah, yang menyebabkan para prilaku (da'i) merasa bebas untuk menyampaikan apapun sesuai dengan keyakinan, ideologi dan kebenaran perspektif pribadinya dan bisa jadi merasa puas apabila mustami telah dibuat terbahak-bahak sampai skit kulit atau merasa bangga melihat mustaminya terlihat terkagum-kagum melihat kepiawaian dalam menyampaikan dakwahnya.

Pendapat Ibnu Taimiyah yang dikutip dari buku Dasar-dasar Ilmu Dakwah (Enjang As, 2009:5), menyeru atau seruan yang dimaksudkan dari kata dakwah adalah seruan kepada al-Islam, yaitu untuk beriman kepada-Nya dan ajaran yang dibawa para Rasul-Nya, membenarkan berita yang mereka samapaikan, serta mentaati perintah mereka. Hal itu yang tercantum dalam Rukun Islam yang lima dan Rukun Iman yang enam.

Dalam dakwah terdapat dua dimensi besar, *pertama*, mencakup penyampaian pesan kebenaran yaitu dimensi

kerisalahan (*bi ahsan al-qawl*), dan dimensi kerisalahan terdapat dua bentuk tuturan yaitu bentuk tabligh dan irsyad kedua bentuk tersebut merupakan penjabaran dari dimensi kerisalahan. *Kedua*, mencakup pengaplikasian nilai kebenaran yang merupakan dimensi kerahmatan (*bi ahsan al-amal*).

Bagian kerahmatan itu tadbir dan tathwir yang mengupayakan konsep kehidupan yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman dapat dengan mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu, dakwah harus dikemas dengan cara dan metode yang sesuai dengan kebutuhan mad'u yaitu dakwah harus aktual, faktual dan kontekstual. Faktual dalam arti relevan dan menyangkut problema yang sedang dihadapi oleh masyarakat. Sedangkan aktual dalam arti memecahkan masalah kekinian dan hangat ditengah masyarakat.

Pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan nonformal yang telah ada sejak lama, pengaruh dari adanya pesantren sangat terasa hingga sekarang, ini semua merupakan perjuangan dari para waliullah yang berjuang keras dan ikhlas untuk menyebarkan syari'at Islam. Banyak sekali lembaga pesantren di Indonesia khususnya daerah Bandung, salah satunya yaitu Pondok Pesantren Al-Muhajirin yang merupakan sebuah lembaga yang membina santrinya dalam pembelajaran melalui khithabah dalam sebuah pengajian yang disampaikan oleh Drs. K. H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M. Ag dan dewan guru lainnya. Pondok Pesantren Al-Muhajirin terletak di Jalan Raya Cimekar Cinunuk Bandung Timur No. 84/85. Santri yang menimba ilmu di Pondok Pesantren Al-Muhajirin ini 100% adalah mahasiswa.

Santri di pesantren ini mendapatkan materi yang berisikan syari'at Islam melalui pengajian rutin harian. Pengajian dilaksanakan mulai dari malam Senin hingga Sabtu sore, sedangkan untuk malam Minggu diisi kegiatan marawisan dan Minggu pagi diisi dengan Mingsih (minggu bersih) atau kegiatan bersih-bersih seluruh lingkungan Pondok

Pesantren Al-Muhajirin. Pengajian yang ada di Pondok Pesantren Al-Muhajirin di isi oleh berbagai ustadz salah satunya yaitu K. H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag yang biasa dipanggil Kang Fauzan oleh para santrinya. Pengajian beliau untuk para santrinya dilaksanakan setiap pagi hari untuk para santrinya kelas A dan Kelas B bertempat di masjid. Sedangkan untuk malam harinya beliau mengajar hanya di kelas B saja yang bertempat di aula asrama, karena kelas A dipisah di Masjid dengan ustadz lain.

Seiring dengan perkembangan zaman, fasilitas dan berbagai kemudahan di pesantren telah hadir seperti para santri diperbolehkan membawa Handphone dan Notebook karena mereka sebagai mahasiswa membutuhkannya untuk menunjang kegiatan belajar mengajar di perkuliahan. Namun, dengan adanya benda tersebut bukan hanya membantu para santri dalam belajar tetapi membantu juga untuk menimbulkan rasa malas untuk mengikuti pengajian di Pondok Pesantren Al-Muhajirin. Padahal para santri terdahulu sebelum adanya teknologi yang masuk ke pesantren, para santri antusias dalam mengikuti pengajian walaupun tempat tinggal mereka sangat jauh. Santri terdahulu di tempatkan di daerah Goyang belakang pesantren yang sangat jauh dan banyak santri juga yang dititipkan ke rumah-rumah warga, karena fasilitas tinggal belum memenuhi dan serba kekurangan. Namun, antusias mengikuti pengajiannya sangat tinggi dan mereka tidak pernah putus asa walaupun tidak ada teknologi bahkan tempat yang mereka butuhkan juga tidak terpenuhi yang penting mereka mengikuti pengajian dengan sungguh-sungguh. Tetapi, berbeda dengan santri zaman sekarang fasilitas sudah terpenuhi bahkan tempat yang mereka butuhkan sudah sangat memadai. Bahkan jika dibandingkan dengan pesantren lainnya di pesantren ini sudah sangat baik dalam masalah tempat, sebab sekamar hanya di isi dua, tiga orang di asrama 1. Jika dengan alasan menginginkan tempat

untuk ketenangan dalam mengerjakan tugas itu sudah cukup. Namun, dalam kenyataannya mereka tidak mengikuti kegiatan pengajian di pesantren ini.

Selain itu banyaknya kegiatan di luar pesantren menjadi alasan mereka untuk tidak mengikuti pengajian dan berjamaah. Hal ini sangat tidak diharapkan, karena tugas utama seorang santri yang hidup pesantren ialah mengaji dan berjama'ah serta mam atuhi aturan yang sudah ditetapkan di pesantren tersebut. Tetapi pada kenyataannya agak bertolak belakang dengan realita yang ada dan merlukan solusi untuk menyelesaikannya.

Di samping itu setiap pengajian yang ada sesuai dengan jadwal dan dilaksanakan dipesantren merupakan kewajiban bagi santri untuk mengikutinya. Namun, pada kenyataannya hampir kebanyakan santri suka memilih kegiatan yang tidak seharusnya santri lakukan pada saat pengajian telah dimulai. Ketika pengajian di Pondok Pesantren Al-Muhajirin yang di ajarkan oleh Drs. K. H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag. Hanya sebagian santri yang mengikuti pengajian tersebut. Mereka yang tidak mengikuti pengajian beralasan karena banyak tugas dari kampus kalau mengikuti pengajian nanti tidak selesai mengerjakan tugasnya.

Selain dari itu, mereka sebagian beralasan karena lapar kemudian makan, dan sebagiannya lagi ada yang tidur, mengerjakan yang seharusnya tidak dikerjakan, tidak mengerti dengan pengajian kitab kuning, bercanda dengan temannya dan masih banyak alasan lainnya. Padahal pengajian paling lama hanya 1½ jam. Namun, ada sebagian yang antusias dalam mengikuti pengajian Drs. K. H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag. Karena mereka merasa senang mengikuti pengajian kitab kuning sebab Drs. K. H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag. dalam menjelaskan bahasanya dapat dimengerti oleh para santri.

Sebab kitab kuning merupakan salah satu buku yang pada era modern ini hampir hilang dikarenakan pesantren zaman sekarang berbeda dengan pesantren salafi yang pengajiannya fokus hanya mengkaji kitab kuning saja. Oleh sebab itu Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag. Merubah citra psantren pada era modern ini dengan menjadikan Pesantren Modern yang di dalamnya terdapat pengajaran bahasa tetapi tidak menghilangkan citra pesantren salafi yaitu tetap mengkaji kitab kuning, dan para santrinya bisa sekalian belajar bahasa Asing agar tidak menjadi santri yang tertinggal pada zaman sekarang. Sedangkan kitab kuning yang dibahas dalam pengajian di Pondok Pesantren Al-Muhajirin antara lain: 1) Bidang Fiqih, 2) Bidang Tafsir, 3) Bidang Nahwu Shorof, 4) Bidang Hadits 5) Bidang Aqidah Akhlaq, 6) Dalam bidang Bahasa, 7) Belajar tambahan yaitu: Tahfidz Al-Quran, 2) Qira'at.

Dengan demikian terjadi interaksi antara santri dan bapak Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag Dengan metode dakwahnya. Disaat pengajian berlangsung ada santri yang bertanya mengenai materi yang kurang dimengarti dan kurang memahami apa yang disampaikan kepada bapak Fauzan, bahkan ada beberapa santri yang suka menambahkan keterangan tentang materi yang disampaikan. Sehingga menimbulkan suatu respon santri terhadap metode dakwah bapak Fauzan, akan tetapi respon santri terhadap metode dakwah bapak Fauzan tidak semuanya positif. Hal ini masih bisa dilihat dari masih banyak santri yang jarang mengikuti pengajian bahkan ada selama santri tinggal di pesantren tidak pernah mengikuti pengajian dan jarang shalat berjamaah di Masjid. Peneliti menganggap bahwa fenomena ini sebagai kasus yang menarik untuk diteliti, karena di Pondok Pesantren Al-Muhajirin peneliti ingin mengkhususkan pada aspek "Metode Dakwah Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri,

M.Ag. pada Pengajian Kitab Kuning di Pondok Pesantren Al-Muhajirin.”

I. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan bahwa inti dari permasalahan yang akan di analisis dalam penelitian ini adalah bagaimana Respon Santri terhadap Metode Dakwah Bapak Drs. K.H Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag. Pada Pengajian Kitab Kuning di Pondok Pesantren Al-Muhajirin. Selanjutnya pokok masalah itu dirinci dalam beberapa permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perhatian santri terhadap metode dakwah Bapak Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag dalam pengajian kitab kuning di Pondok Pesantren Al-Muhajirin?
2. Bagaimana pemahaman santri terhadap metode dakwah Bapak Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag dalam pengajian kitab kuning di Pondok Pesantren Al-Muhajirin?
3. Bagaimana penerimaan santri terhadap metode dakwah Bapak Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag dalam pengajian kitab kuning di Pondok Pesantren Al-Muhajirin?

I. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perhatian santri terhadap metode dakwah Bapak Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag dalam pengajian kitab kuning di Pondok Pesantren Al-Muhajirin.
2. Untuk mengetahui pemahaman santri terhadap metode dakwah Bapak Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag dalam pengajian kitab kuning di Pondok Pesantren Al-Muhajirin.

3. Untuk mengetahui penerimaan santri terhadap metode dakwah Bapak Drs. K. H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag dalam pengajian kitab kuning di Pondok Pesantren Al-Muhajirin.

I. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis, yaitu untuk mengembangkan ilmu pengetahuan serta menambah khasanah keilmuan khususnya dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Dalam menyebarkan ajaran-ajaran Islam yang sesuai syari'at agama sehingga pengetahuan kitapun akan berkembang sesuai dengan zamannya dan tidak menghilangkan ciri khas keilmuan para cendekiawan muslim terdahulu.

2. Kegunaan Praktis, yaitu sebagai sarana untuk mengetahui proses kegiatan keagamaan yang dilakukan oleh para ilmuan khususnya di kalangan pendidikan non formal sebagai salah satu penyebaran ajaran keagamaan. Serta dapat memberi masukan dan sumbangan pemikiran dalam meningkatkan metode dakwah dan menyebarkan syariat Islam di Pondok Pesantren Al-Muharin serta segenap umat Islam pada umumnya. Di samping itu dapat dijadikan titik tolak untuk penelitian yang lebih mendalam baik di lokasi yang sama maupun yang dilokasi yang berbeda.

I. Tinjauan Pustaka

a. Muhammad Auliya Ul Hakim. 2014. *Respon Jama'ah Terhadap Metode Tabligh Pada Pengajian Rutin di Masjid Al-Quranul Imami Gatot Subroto Bandung.*

Respon jama'ah yang mengikuti pengajian di Masjid Al-Quranul Imami Gatot Subroto Bandung,
sebanyak 35

responden jama'ah yang meler. Tetapi ada sebagian besar jama'ah yang aktif mengikuti pengajian yaitu sebanyak 88,5% atau sebanding dengan 4,2 dan sebagian besanyanya lagi sebanyak 87,4% sebanding dengan 4,1. Namun ada sebagian kecil yang mengikuti pengajian yaitu 81% atau sebanding dengan 4,0 jama'ah. Oleh sebab itu, pengajian di Masjid Al-Qur'anul Imami responnya sangat baik walaupun ada sebagian yang kurang respon dalam mengikuti pengajian.

2. Abdul Qahar. 2014. *Metode Tabligh K.H Satibi dalam Meningkatkan Kualitas Ketauhidan Santri* (Penelitian di Ponpes Salafiyah Nazamiyah Liung Gunung Bungbulung Garut).

Tauhid merupakan suatu perkara yang tidak disangkal bahwa alam semesta ini pasti ada yang menciptakan yang mengingkari hal tersebut hanyalah segelintir orang. Itu pun mereka tidak menggunakan akal sesuai dengan fungsinya. Sesungguhnya tauhid tertanam pada jiwa manusia secara fitrah. Namun, asal fitrah ini rusak oleh bujuk rayu syethan yang memalingkan dari tauhid dan menjerumuskan ke dalam syirik. Para syethan baik dari kalangan jin dan manusia bahu membahu untuk menyesatkan umat dengan ucapan-ucapan yang indah. Oleh sebab itu K.H Satibi dalam meningkatkan ketauhidan santrinya beliau mengadakan dzikir bersama sesudah shalat fardu terutama pada malam Jum'at dengan tujuan untuk meningkatkan ketauhidan santrinya dalam memahami alam ciptaan-Nya dan menguatkan hatinya agar tidak tergoda oleh bujuk rayu syetan. Sebab dengan berdzikir manusia akan mendapatkan hati yang tenang dan menyerahkan jiwa raganya hanya kepada Allah saja.

Dengan adanya tinjauan pustaka tersebut peneliti dapat melakukan penelitian di lapangan. Namun, dengan kasus yang berbeda. Peneliti mengadakan penelitiannya mengenai metode dakwah Drs. K.H Muhammad Fauzan Jaenuri M.Ag Pada

Pengajian Kitab Kuning di kalangan santri juga sebagai mahasiswa.

I. Kerangka Pemikiran

Dakwah dalam implementasinya, merupakan kerja dan karya besar manusia baik secara personal maupun sosial yang dipersembahkan untuk Tuhan dan sesamanya adalah kerja sadar dalam rangka menegakkan keadilan, meningkatkan kesejahteraan, menyuburkan persamaan dan mencapai kebahagiaan atas dasar ridha Allah Swt (Enjang dan Aliyudin, 2009:11).

Dakwah secara sederhana dapat diartikan sebagai transformasi nilai-nilai ke-Islaman dengan melibatkan berbagai unsur. Unsur-unsur tersebut meliputi *da'i* sebagai komunikator, *Maudhu* (pesan) *Ushlub* (metode), *Washilah* (media) dan *Mad'u* (Objek). Salah satu bentuk transformasi tersebut bisa dilakukan dengan mengadakan kegiatan dakwah dengan tujuan untuk menginformasikan pesan-pesan ajaran ke-Islaman. Tentunya kegiatan tersebut harus saling berkaitan satu sama lainnya agar informasi ajaran-ajaran bisa tersampaikan kepada objek yang ditujunya.

Namun, seorang *da'i* harus mengetahui karakteristik *mad'unya* agar pesan dakwah dapat diterima tanpa adanya penolakan. Seorang *da'i* harus bisa menempatkan bahasa yang digunakannya sesuai kebutuhan masyarakat, yaitu dengan menggunakan bahasa *Qaulan Baligha* (bahasa yang tegas, keras, dan membekas), *Qaulan Maisura* (bahasa yang ringan), *Qaulan Layyina* (bahasa lemah lembut), *Qaulan Karima* (penuh kebajikan, mudah dan lembut). Ini termasuk dakwah secara persuasif, yakni dengan menggunakan cara berpikir dan cara merasa masyarakat yang didakwahnya, (Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, 2009: ix).

Mubaligh adalah orang yang menyampaikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik melalui tulisan maupun

media massa dalam menyebarkan dan mengamalkan ajaran-ajaran Islam, dengan tujuan untuk melakukan perubahan ke jalan yang lebih baik sesuai dengan syari'at Islam.

Dalam kegiatan dakwah, peranan khithabah sangatlah penting untuk meningkatkan perilaku seseorang atau sekelompok orang bahkan khalayak umum. Karena khithabah merupakan salah satu cara yang bisa digunakan oleh setiap orang untuk menyampaikan dakwah yang berisi ajaran-ajaran Islam, tentunya seorang da'i harus mempunyai sifat simpati dan empati terhadap mad'unya agar terjalin komunikasi yang baik. Sasaran khithabah adalah semua golongan termasuk santri melalui sebuah pengajian kitab kuning, maka proses penyampaian pesan-pesan Islam yang terdapat di dalam kitab kuning tersebut perlu adanya penjelasan yang sesuai dengan pemahaman santri tentunya dengan metode pembelajaran yang baik dan efektif.

Banyak sekali metode dakwah yang bisa digunakan dalam sebuah pengajian. Namun, ketika kita berbicara tentang sebuah metode yang baik, maka salah satu ayat Al-Quran yaitu Quran Surat An-Nahl: 125. Menjelaskan, bahwa metode dakwah yang baik itu ada tiga cara: pertama yaitu dengan *hikmah* (pelajaran yang baik), kedua *mauidzatilhasanah*, dan yang ke tiga *mujadalah bilati hiya ahsan*. Ketika pengajian di Pondok Pesantren Al-Muhajirin bisa menggunakan salah satunya atau lebih bagus menggunakan ke tiga cara tersebut tentunya akan menghasilkan respon yang baik pula dari santrinya. Respon merupakan umpan balik yang dimiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu komunikasi. Respon sangat diperlukan adanya komunikasi yang baik, sebab dengan berkomunikasi akan tersampaikan pesan dari seorang da'i terhadap mad'unya. Khususnya dalam pengajian kitab kuning di Pondok Pesantren Al- Muhajirin, sejauh mana kita akan mengetahui respon santri

terhadap pengajian tersebut tentunya dengan adanya komunikasi yang efektif.

Pentingnya studi komunikasi karena permasalahan-permasalahan yang timbul akibat komunikasi.

Manusia tidak bisa hidup sendirian, ia tidak secara kodrati harus hidup bersama manusia lain, baik demi kelangsungan hidupnya dan keamanannya, maupun demi keturunannya. Komunikasi merupakan fenomena sosial, kemudian menjadi ilmu yang secara akademik berdisiplin mandiri, ini dianggap penting sehubungan dengan dampak sosial yang menjadi kendala bagi kemaslahatan umat manusia akibat perkembangan teknologi, (Onong Uchjana, 1993:27). Khususnya bagi santri yang tinggal di Pondok Pesantren Al-Muhajirin. Santri adalah mahasiswa yang tinggal di pesantren, dengan tujuan untuk mengikuti segala aktivitas dan peraturan yang sudah ditetapkan di Pondok Pesantren Al-Muhajirin. Selain dari itu santri yang tinggal di pondok pesantren dituntut untuk bisa memahami kegiatan serta mengikutinya dengan penuh khidmat terhadap ilmu yang di ajarkan oleh para da'i-nya. Sebab bisa dikatakan berhasil kegiatan pengajian apabila santrinya mengikuti sesuai jadwal yang sudah ditetapkan dan ajaran Islam juga ditentukan oleh keberhasilan seorang *da'i/mubaligh* dalam mengemas materi khithabahnya. Dalam hal ini yang menjadi subjek khithabahnya adalah bapak Drs.K. H Fauzan Jaenuri, MA.g dan objek khithabahnya adalah santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin dalam mengikuti kegiatan pengajian kitab Kuning.

Khithabah (*oratori*) dan komunikasi media surat (risalah) selalu menjadi sumber komunikasi, bahkan sejak awal Islam. Semuanya itu bentuk komunikasi Persuasif yang digunakan oleh Nabi Muhammad saw dan para pengembara muslim (*savants*) untuk propaganda dan menyebarluaskan akidah Islam (*al-da'wah al-Islamiyyah*) melalui bicara yang disampaikan ke berbagai jemaah dan melalui komunikasi bermedia surat berbagai raja dan pemimpin Arab (Bambang S. Ma'arif: 2010: 35).

Penelitian ini mengacu pada komunikasi, kemudian dikembangkan dengan menggunakan teori dasar S-O-R yang berasal dari Psikologi Komunikasi. Objek material dari teori ini yaitu manusia pada aspek sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Untuk mengetahui sejauh mana respon dari proses khithabah dan respon mad'u terhadap aktivitas khithabah tersebut, maka seorang da'i harus mengetahui kondisi yang menjadi objek dakwahnya. Oleh sebab itu, penulis ingin mengupas permasalahan yang terjadi ini dengan menggunakan teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*) yang berasal dari psikologi komunikasi. Objek material dari teori ini adalah manusia, pada aspek sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi. Ketika teori S-O-R dikaitkan dengan penelitian ini, maka stimulus ini adalah metode dakwah Drs. Fauzan Jaenuri, M.Ag. dan organisasinya adalah santri pondok pesantren Al-Muhajirin. Adapun responnya merupakan respon dari santri terhadap metode dakwah yang dipakai Drs. Fauzan Jaenuri, M.Ag. dan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan dibawah ini:

Gambar 1.1

Skema Metode Dakwah Drs. Fauzan Jaenuri, M.Ag.

Out Put

Berdasarkan metode dakwah Drs. Fauzan Jaenuri, M.Ag sebagai stimulus terhadap perhatian, pemahaman dan penerimaan santri dalam proses pengajian kitab kuning.

Sedangkan untuk responnya mencakup pengamalan, kehadiran, keaktifan dalam mengikuti pengajian yang disampaikan Drs. Fauzan Jaenuri, M.Ag pada pengajian kitab kuning di Pondok Pesantren Al-Muhajirin.

Metode dakwah yang dipakai Drs. Fauzan Jaenuri, M.Ag ialah metode yang ada dalam Q.S An-Nahl:

125

نِعْلُضْ نَمْبِ مَلْعَأْ وَهْ كَبْرُ نِنَا نَسْحَأْ يَهْ يَتْلُ ابْ مَهْلُ دِلْجُو قَنَسْ حَلَا قَطْرَعُو مَلْ أَوْ قَمْلُ حَلْ ابْ كَبْرُ لِي بَسْ يَلْ إِعْدَا

{125} نِي دْتَهْمَلْ ابْ مَلْعَأْ وَهْ هَلْ يَبَسْ

125. Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah^[845] dan pelajaran yang baik dan bantulah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

[845]. Hikmah: ialah perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil.

Dari segi kegiatan dakwah tersebut bisa menimbulkan beberapa aspek, yaitu bisa aspek positif atau aspek negatif. Tetapi tergantung dengan penyeruan, ajakan seorang da'i untuk memenuhi perintah Allah, dan tergantung juga respon santri di pondok pesantren tersebut. Dakwahnya dapat diterima atau tidak diterima. Manfaat dengan adanya dakwah atau pengajian tersebut santri akan mendapatkan ilmu pengetahuan yang baru.

Manfaat dengan adanya dakwah di Pondok Pesantren Al-Muhajirin tersebut Allah menyeru umat manusia melalui pelantara Bapak Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuari, M.Ag. Sebagian santri merasa mendapat pencerahan, baik dalam masalah ketauhidan, maupun hubungan dengan masyarakat satu sama lainnya, sehingga terciptalah masyarakat madani, saling

menghormati, simpati dan empati. Namun, sebagian santri yang tidak mengikuti pengajiannya otomatis tidak bisa mendapatkan pencerahan tersebut sehingga para santri tidak mengikuti pengajian. Selain dari itu Bapak Fauzan ini dalam menyampaikan dakwahnya menggunakan berbagai metode, diantaranya:

I. Metode ceramah, yaitu menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Sunda.

II. Ta'lim Santri, metode ini biasanya di pakai kepada santri-santri, yang sudah mengetahui sedikit demi sedikit tentang keagamaan salah satunya menggunakan kitab kuning sebagai media dakwahnya.

III. Metode hikmah dan pelajaran yang baik serta memberi tahu kepada santri jika santri berbuat yang tidak sesuai dengan syar'i (bantahlah).

Sesungguhnya perhatian, pemahaman dan penerimaan santri terhadap metode dakwah Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag cukup baik namun tidak semua santri dapat mengamalkan apa yang telah mereka dapatkan pada saat pengajian berlangsung. Namun, karena lingkungan dan latar belakang dari santri berbeda dan kemajuan zaman juga mempengaruhi sehingga membuat para santri berat untuk mengamalkan apa yang telah mereka dapatkan pada pengajian tersebut. Respon yang diberikan santri terhadap metode dakwah Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag cukuplah baik, hal ini terlihat dengan kehadiran beberapa santri pada waktu pengajian pagi dan malam. Namun yang menjadi permasalahan dalam kasus ini sejauh mana respon santri terhadap metode dakwah Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag dalam pengajian kitab kuning di Pondok Pesantren Al-Muhajirin. Karena disisi lain semakin majunya perkembangan zaman sedikit banyaknya memberikan pengaruh negatif kepada para santri begitupun dengan lingkungan disekelilingnya. Maka dari

itu disinilah letak peranan da'i dalam membimbing dan membina santri dalam berakhlakul karimah dan sejauh mana respon santri dalam memahami dan menerima serta mengamalkan apa yang mereka dapatkan pada saat mengikuti pengajian. Sehingga mengikuti pengajiannya menjadi salah satu kewajiban santri dalam menimba ilmu selain diperguruan tinggi. Sehingga sebagai mahasiswa dan juga santri bisa mempunyai tridarma perguruan tinggi disaat mereka terjun kemasyarakat.

Dengan demikian peneliti mengambil teori respon menurut Onong Uchjana Effendy (2003:254) adalah teori S-O-R sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Respons*, sebagai rujukan dalam penelitian yang akan dilakukan. Teori ini semula berasal dari teori psikologi kemudian menjadi teori komunikasi sebab objeknya sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen opini, perilaku, kognitif, dan konasi.

Berdasarkan pengertian respon yang diartikan oleh Onong Uchjana Effendy (2003:254) bahwa respon adalah sikap atau perilaku seseorang dalam proses komunikasi ketika menerima suatu pesan yang ditunjukkan kepadanya. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai respon, maka kita harus mengetahui konsep tentang sikap ma'rifat dalam bukunya "*Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya*" (26-27) mengutip pendapat Hovland, Jennis, Killey yang mengatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu: perhatian, pemahaman, dan penerimaan.

Untuk mempermudah kita dapat melihatnya dalam skema berikut:

Gambar 1.2

Prilaku Seseorang dalam Komunikasi

(Sumber: Onong Uchjana Effendy, 2003:254)

Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu yaitu :

1. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikan akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Ini berarti bahwa stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi organism, maka tidak ada perhatian dari komunikan.
2. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya mengerti terhadap stimulus.
3. Setelah komunikan dapat menerima secara baik apa yang telah diolah sehingga terjadi kesediaan untuk pembentukan prilaku.

Dari beberapa pengertian di atas dapat kita pahami antara komunikator (da'i) dan komunikan (mad'u) memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya. Ketika seorang mad'u mengalami permasalahan dalam beribadah, pengajian, dan aktivitas yang berkaitan dengan kebaikan, akibat dari pengaruh teknologi dan lingkungan yang bersifat negatif dalam menggunakannya mereka membutuhkan nasihat yang dari seorang mubaligh, maka seorang mubaligh atau yang menyampaikan khutbah harus bisa memberikan nasihatnya dengan menggunakan bahasa yang dapat di pahami dan baik. Tentunya terdapat pada usaha *prepentif* dari penyakit santri yang bersifat psikis dengan cara mengajak, memotivasi, memberi stimulus serta membimbing individu atau kelompok agar sehat, sejahtera jiwa dan raganya, sehingga mereka dapat menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran dan dapat menjalankan ajaran agama sesuai dengan tuntutan syariat agama.

Disini letak dialektika respon antara mad'u dengan kegiatan khutbah dalam arti mempunyai reaksi yang positif atau negatif. Dengan diberikannya nasihat melalui kegiatan pengajian kitab kuning para santri dapat ikut andil berbondong-bondong pergi ke mesjid untuk melaksanakan pengajian, dan shalat berjamaah. Namun, ini bisa terjalin dengan cara menggunakan komunikasi yang baik dalam menyampaikannya. Karena terkadang orang diajak untuk berbuat kebaikan dengan menggunakan komunikasi yang tidak baik, maka mereka akan menolak.

I. Langkah-langkah Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren
01 RW 01

Al-Muhajirin Jl. Cinunuk Cimekar No. 84/85 RT

Cileunyi Bandung Timur 40393. Alasan memilih tempat ini adalah sebagai berikut:

1. Data yang dibutuhkan tersedia di pesantren ini.
2. Lokasinya terjangkau oleh peneliti sehingga dapat menghemat waktu, biaya dan tenaga.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif adalah untuk memaparkan situasi dan peristiwa (Jalaludin Rahmat, 2005:24). Dengan metode ini dimaksudkan untuk menuturkan dan menafsirkan data mengenai respon santri terhadap metode dakwah Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag. pada pengajian kitab kuning di Pondok Pesantren Al-Muhajirin. Alasan menggunakan metode ini dapat memberikan gambaran secara logis dan sistematis.

3. Jenis Data dan Sumber Data

I. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data tentang respon santri terhadap metode dakwah Drs.K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag. untuk mengetahui perhatian santri dalam mengikuti pengajian. Untuk mengetahui pemahaman dan penerimaan serta keaktifan santri dalam mengikuti pengajian kitab kuning sebagai materi yang disampaikan oleh beliau dalam kehidupan sehari-hari dan yang terakhir mengetahui keberhasilan metode dakwah beliau.

I. Sumber Data yang diteliti adalah:

1. Sumber data primer, diperoleh dari Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag. dan 32 santri di Pondok Pesantren Al-Muhajirin.

2. Sumber data sekunder dapat diperoleh dari dokumentasi pondok pesantren al-Muhajirin.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik

sebagai berikut:

I. Observasi (Pengamatan)

Sudarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2002:74) berpendapat bahwa “Observasi adalah suatu cara untuk mengumpulkan data penelitian” teknik ini dapat memberikan gambar kondisi yang memuaskan, artinya memberikan gambaran menyeluruh apa adanya. Pengamatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi objektif santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin, respon santri pada pengajian kitab kuning yang dipimpin oleh Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag dengan metode dakwahnya. Pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengamatan tertutup dengan alasan untuk mengamati seobjektif mungkin mengenai respon santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin terhadap metode dakwah Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag. penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Oktober.

I. Wawancara

Menurut Riduwan (2003:56) wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Teknik wawancara yang digunakan yaitu teknik wawancara terpimpin dan teknik wawancara bebas., jenis wawancara terpimpin ditujukan kepada Drs. K.H. Muhammad Fauzan Jaenuri, M.Ag. sedangkan wawancara bebas ditujukan kepada santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin. Tujuan wawancara adalah untuk melengkapi data dari hasil observasi dan angket yang disebarakan kepada para santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin.

5. Analisis Data

Analisis data bersifat kualitatif yang secara tepat dan mendalam digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

I. Memeriksa semua data yang terkumpul, baik melalui observasi, wawancara, angket, atau dokumentasi, termasuk dilakukan editing dan penyortiran terhadap data yang tidak diperlukan. Hal ini, dilakukan untuk memastikan bahwa data yang akan dianalisis benar-benar sesuai dengan kebutuhan;

II. Membuat kategori-kategori data sesuai dengan jenis masalah yang akan dijawab dalam penelitian;

III. Membuat kode terhadap pertanyaan yang diajukan untuk mempermudah proses pembuatan tabulasi data;

IV. Membuat tabulasi data, yakni membuat tabel-tabel dan memasukan data ke dalam tabel-tabel tersebut sesuai dengan variabel-variabel pertanyaan dan item-itemnya;

V. Pembahasan data (hasil penelitian) sesuai dengan pendekatan penelitian yang dilakukan, kuantitatif atau kualitatif. Penelitian kuantitatif tentu pembahasan hasil penelitiannya dilakukan dengan menggunakan tes-tes uji statistik, dan penelitian kualitatif pembahasan hasil penelitian dengan menggunakan prosedur kerja analisis kualitatif.

VI. Penafsiran terhadap hasil pembahasan data penelitian, sehingga dapat diperoleh jawaban terhadap masalah-masalah penelitian yang diajukan (Panduan Penyusunan Skripsi, 2013:85-86).

I. HUBUNGAN MASYARAKAT

Contoh-contoh Judul Skripsi Mahasiswa yaitu :

1. Pengaruh Kegiatan Customer Service terhadap Kepuasan Pelanggan.
 - a. Penerapan Strategi Marketing Publik Relations dalam Meraih Nasabah.
 - b. Peranan Majalah Internal PT. Pindad dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan.
 - c. Kegiatan Customer Relations dalam Menumbuhkan Sikap Positif Masyarakat.
 - d. Loyalitas Mahasiswa Penerima Beasiswa Djarum terhadap Merk.

e. Pengaruh Kegiatan Kampanye Humas Kantor Penyuluhan Pajak terhadap Peningkatan Kesadaran Taat Pajak Masyarakat.

f. Hubungan antara Klarifikasi terhadap Opini Publik dengan Sikap Konsumen kepada Produk.

Judul Penelitiannya :

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION PT. INDONESIA (PERSERO) DALAM UPAYA

MENINGKATKAN PENUMPANG KERETA API ARGO PARAHYANGAN (Studi Deskriptif di PT. Kereta Api

Indonesia (Persero) Daerah Operasional II Bandung)

Oleh: Putri

Devyanasari Nim: 1209406049

PROPOSAL PENELITIAN

I. Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi pada saat ini telah menunjukkan perkembangan yang pesat. Berkembang pesatnya perusahaan-perusahaan bisnis, termasuk yang bergerak dalam bidang jasa transportasi menunjukkan bahwa, transportasi merupakan salah satu kebutuhan yang penting, bagi setiap individu maupun masyarakat pada umumnya. Secara langkung dengan berkembangnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi, telah mendorong mereka untuk meningkatkan jumlah konsumennya. Penentuan harga, pelayanan, serta kualitas jasa adalah beberapa unsur yang umumnya dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan pada bidang jasa ini.

Salah satu faktor bagi konsumen mengenai kebutuhan jasa transportasi adalah kenyamanan, keamanan dan keselamatan. Ketiga faktor tersebut dapat menjadi unsur yang

menentukan kepuasan konsumen, sehingga jumlah konsumen meningkat dengan sendirinya.

Menurut Ristiyanti Prasetijo & John Ihlaw, (2004:6), perusahaan masa kini pun tidak bisa lagi terhindar dari imbas globalisasi bisnis, termasuk melayani konsumen global. Globalisasi bisnis yang berkembang sejalan dengan perkembangan pesat teknologi informasi telah mendorong berkembangnya perubahan dalam hal kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Hal ini menuntut pemasar untuk tetap berusaha mengikuti dan memahami perilaku beli konsumen yang bergejolak seiring dengan derap globalisasi.

Para perencana perusahaan pun tidak hanya merumuskan strategi pokok perusahaan bisnis untuk mencapai tujuan-tujuan, tetapi juga harus merencanakan strategi dan taktik-taktik pemasaran untuk produk-produk yang spesifik. Strategi pemasaran merupakan prinsip pokok atau dasar bagi manajemen pemasaran untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan dalam suatu pasar sasaran. Strategi pemasaran terdiri atas pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran.

Manajemen pemasaran harus dapat memutuskan berapa biaya pemasaran yang diperlukan dan bagaimana harus mengalokasikan biaya pemasaran tersebut dalam bauran pemasaran yang akan dimanfaatkan. Bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi (Saladin, 2010:24). Perencanaan dan taktik-taktik pemasaran pada pelaksanaannya berperan dalam berbagai tujuan pemasaran. Strategi pemasaran tersebut juga tidak hanya dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan produk, tetapi juga dilaksanakan perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam berbagai jasa, salah satunya adalah perusahaan jasa transportasi.

Strategi dalam pemasaran yang pada umumnya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan jasa transportasi, khususnya dalam upaya meningkatkan jumlah konsumennya,

yaitu strategi dalam bauran pemasaran. Strategi dalam bauran pemasaran adalah salah satu unsur penting bagi perusahaan yang bergerak pada bidang jasa ini, dalam upayanya meningkatkan jumlah konsumennya. Salah satu perusahaan jasa transportasi yang giat dalam meningkatkan jumlah konsumennya, yaitu PT Kereta Api Indonesia (Persero). PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menyelenggarakan jasa angkutan Kereta Api penumpang dan barang. Salah satu daerah operasional yaitu daerah operasional II Bandung.

Pelayanan jasa transportasi kereta api penumpang di PT Kereta Api Indonesia (Persero) daerah operasional II Bandung, salah satunya adalah kereta api Argo Parahyangan yang merupakan kereta api penumpang dengan jurusan Bandung-Jakarta dan sebaliknya. Kereta api ini merupakan peleburan dari kereta api Eksekutif Argo Gede dan kereta api bisnis Parahyangan yang telah dihentikan pengoperasiannya. Awalnya pada tahun 1995, PT Kereta Api Indonesia (Persero) meluncurkan kereta api Argo Gede, jurusan Bandung-Jakarta dan sebaliknya. Kereta ini adalah kereta eksekutif andalan PT Kereta Api Indonesia (Persero) namun, dalam perkembangannya kereta api tersebut tidak ada peningkatan yang berarti. Jumlah penumpangnya sedikit. PT Kereta Api Indonesia (Persero) namun, dalam perkembangannya kereta api tersebut tidak ada peningkatan yang berarti. Jumlah penumpangnya sedikit. PT Kereta Api Indonesia (Persero) lalu melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan jumlah penumpangnya, seperti memberi diskon. Upaya tersebut ternyata masih menunjukkan jumlah penumpang yang rendah, baik untuk pemberangkatan Bandung maupun untuk pemberangkatan Jakarta. Sebagai gantinya, PT Kereta Api Indonesia Persero) meluncurkan kereta api Argo Parahyangan dengan jumlah enam gerbong. Kereta tersebut awalnya

merupakan kereta api Argo Gede yang dimodifikasi dengan menambah 1-2 gerbong kereta api Parahyangan.

Mengenai jumlah penumpang kereta api Argo Parahyangan setiap tahunnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Jumlah Penumpang Kereta Api Argo Parahyangan
Tahun 2009-2012

No	Tahun	Jumlah
1.	2009	637.296
2.	2010	592.434
3.	2011	436.249
4.	2012	398.980

Sumber: Pemasaran Angkutan Penumpang

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah

Operasional II Bandung.

Berdasarkan tabel di atas jumlah tertinggi penumpang kereta api Argo Parahyangan ada pada tahun tahun 2009 sedangkan kereta api Argo Parahyangan yang mengalami kenaikan dan penurunan tersebut dipengaruhi oleh berbagai macam aspek. Promosi yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) hari libur kenaikan tarif kereta api Argo Parahyangan dan berbagai macam aspek lainnya adalah contoh aspek yang mempengaruhi kenaikan dan penurunan jumlah penumpang kereta api Argo Parahyangan dan berbagai macam aspek lainnya adalah contoh aspek yang mempengaruhi kenaikan dan penurunan jumlah penumpang kereta api Argo Parahyangan. Ketidaksignifikan tersebut mendorong PT Kereta Api Indonesia (Persero) daerah operasional II Bandung giat melakukan upaya untuk menumbuhkan minat konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api.

Salah satu upaya yang dilaksanakan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) daerah operasional II Bandung giat

melakukan upaya untuk menumbuhkan minat konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api. Salah satu upaya yang dilaksanakan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) seperti yang dikutip oleh penulis melalui salah satu Harian Umum media cetak sebagai berikut :

(Tarif Kereta Api hanya Rp 10.000)

Bandung, Pelita

Para pemudik yang akan melakukan perjalanan pulang kampung, dapat bergembira. Pasalnya, PT KAI Daop 2 Bandung, memberikan tarif promo super murah kepada para pemudik, hanya Rp 10.000.

Promo diberlakukan mulai 29 Juli hingga 19 Agustus 2013 ini.

“Ini adalah tarif promo bagi para pemudik. PT KAI menyediakan 10 tempat duduk untuk setiap kelas perjalannya kereta api,” ujar Kepala Humas PT KAI Daop 2 Bandung kepada Harian Pelita di kantornya Bandung, kemarin. Dia melanjutkan, tarif promo berlaku untuk KA lodaya pagi kelas eksekutif.

“Pemesanan sendiri bisa dilakukan mulai 1 Juni. Pembelian bisa secara langsung ataupun online.

Karena terbatas, ya siapa cepat, dia dapat,” tambah Bambang.

Dengan adanya tarif super murah ini, diharapkan bisa menarik pelanggan kereta api yang akan menggunakan jasanya untuk mudik. Tentunya tarif super murah ini akan menarik pelanggan, karena tarif reguler biasanya cukup tinggi. (5/06/13).

Uraian tersebut menjelaskan bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah melaksanakan promosi potongan tarif pada tiket kereta api, sehingga bisa menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api. Promosi tersebut dilaksanakan pada kereta api penumpang jarak menengah dan jauh, sehingga dengan dilaksanakannya promosi potongan tarif pada tiket kereta api tersebut diharapkan dapat

mendorong minat konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api.

Upaya lainnya yang dilaksanakan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menarik minat konsumen, yaitu dalam hal pelayanan. Misalnya, Kereta Api Argo Parahyangan mempunyai gerbong eksekutif yang sangat nyaman bagi konsumennya yang melakukan perjalanan dari Bandung menuju Jakarta juga sebaliknya.

Strategi lainnya yang dilaksanakan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah melalui pelaksanaan strategi marketing public relations yang berperan dalam mendukung upaya strategi pemasaran perusahaan, khususnya dalam menumbuhkan minat konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api. Pelaksanaan strategi marketing public relations yang dilaksanakan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) dilakukan oleh bagian PR/Humas di PT Kereta Api Indonesia (Persero).

Pelaksanaan strategi marketing publik relation yang dilaksanakan oleh RP/Humas di PT KAI (Persero) memegang peranan langsung untuk membantu program promosi atau pemasaran, khususnya dalam menumbuhkan minat konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api. Luasnya konsumen yang dituju oleh perusahaan, serta strategi dalam promosi dan publikasi, menjadi faktor penting dilibatkannya peran PR/Humas di PT KAI (Persero) dalam pemasaran perusahaan, dengan demikian dapat dilihat disini bahwa pelaksanaan strategi *marketing publik relations* yang dilaksanakan oleh PR/Humas di PT KAI (Persero) adalah salah satu upaya yang efektif dalam mendukung strategi pemasaran perusahaan. Pelaksanaan market publik relation tersebut, yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan, yaitu merupakan perpaduan (sinergi) antara pelaksanaan program dan strategi pemasaran dengan aktivitas program kerja PR/Humas dalam

upaya meluaskan pemasaran dan demi mencapai kepuasan konsumennya, (Rosady Ruslan, 2006:245). Program *marketing public relation* tersebut disatu sisi merupakan upaya untuk merangsang (*push*) pembelian dan sekaligus dapat memberikan nilai-nilai atau kepuasan bagi pelanggan yang telah menggunakan produknya. Disisi lain melalui kiat PR dalam menyelenggarakan komunikasi dua arah yang didasari oleh informasi dan pesan-pesan yang dapat dipercaya, diharapkan dapat menciptakan kesan-kesan positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Hal ini merupakan “sinergi”, dari taktik pull strategi untuk membujuk) untuk mendukung (*back up*), demi mencapai tujuan dari *marketing public relations*. Semua itu dilengkapi dengan upaya mendorong (*push strategi*) baik segi perluasan pengaruh maupun bidang pemasarannya.

Target dan tujuan yang hendak dicapai dalam pelaksanaan strategi *marketing public relations* yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan, yaitu harus sejalan dengan bagian pemasaran dan tujuan pemasaran, misalnya melalui upaya untuk memuaskan bagi pelanggannya (*customer satisfaction*). Untuk mendapatkan *customer satisfaction* tersebut, terlebih dahulu dibutuhkan suatu *customer trust* (kepercayaan) melalui pembinaan dan pemeliharaan, agar konsumen tetap loyal dan tidak berpaling kepada produk pesaing, (Rosady Ruslan, 2006:257).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dan penjelasan strategi *marketing public relation* menjadi salah satu alasan yang melandasi penulis untuk meneliti mengenai strategi *marketing public relation* yang dilaksanakan oleh PT KAI (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang Karet Api Argo Parahyangan, selain itu melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran, khususnya pada program studi ilmu komunikasi *public relations* atau Humas, mengenai pelaksanaan strategi *marketing public relations* sebagai salah

satu kegiatan PR/Humas dalam mendukung usaha pemasaran. Salah satu alasan lainnya yang melandasi penulis meneliti mengenai strategi *marketing public relation* yang dilaksanakan oleh PT KAI (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang kereta api Argo Parahyangan.

I. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan bahwa inti dari permasalahan yang akan di analisis dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi marketing public relation di PT KAI (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang kereta api Argo Parahyangan, berdasarkan perumusan masalah tersebut, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perencanaan marketing *publik relation* di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menumbuhkan minat konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api Argo Parahyangan ?
2. Bagaimana pelaksanaan marketing publik relation di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menciptakan opini publik yang menguntungkan ?
3. Bagaimana pengevaluasi marketing publik relations di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang Kereta Api Indonesia (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang Kereta Api Argo Parahyangan ?

I. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perencanaan marketing publik relation di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menumbuhkan minat konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api Argo Parahyangan.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan marketing *publik relation* di PT Kereta Api Indonesia

(Persero) dalam menciptakan opini publik yang menguntungkan.

3. Untuk mengetahui pengevaluasi marketing *publik relations* di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang Kereta Api Indonesia (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang Kereta Api Argo Parahyangan.

I. Kegunaan Penelitian

1. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti lainnya yang ingin meneliti masalah yang sama dan bisa dikembangkan lagi dengan permasalahan penelitian yang berbeda. Penelitian ini, diharapkan dapat memperkaya literatur kajian mengenai strategi marketing public relations.

2. Secara Praktis

Marketing dan public relation memiliki peran yang penting. Marketing dapat menciptakan elemen-elemen promosi untuk meningkatkan *awareness* dan *publisitas*, sementara public relations mampu menciptakan komunikasi yang positif antara stakeholders, baik pada level internal maupun eksternal perusahaan, sehingga memicu terjadinya hubungan yang positif. Strategi marketing *public relation* merupakan salah satu strategi yang efektif dalam upaya mencapai tujuan strategi pemasaran perusahaan. Di samping itu, melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT KI (Persero) serta terus meningkatkan mutu dan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen.

I. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini memiliki kemiripan yang serupa dengan beberapa penelitian terdahulu. Berikut ini

beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini, sebagai berikut :

No.	Nama	Judul Skripsi/Tahun	Hasil Penelitian
1.	Isma Isnaeni	Strategi Marketing	

Public Relations
Program Oz Galasin.
2012 (Studi Deskriptif
Peraih Penghargaan
Kategori Special
Program di Radio Oz 103
1FM Bandung)

Penulis menemukan

respon positif dari khalayak pendengar dengan meningkatnya jumlah sms yang masuk ke program Oz Galasin.

			<p>Peningkatan citra, menarik perhatian pendengar dan pengembangan SDM guna mempertahankan award sebagai kategori spesial program favorit berhasil dilakuykan oleh staff PR & Promotions Oz.</p>
--	--	--	--

award sebagai kategori spesial program favorit berhasil dilakuykan oleh staff PR & Promotions Oz.

2.	Dwitasari Dyanti	Strategi Marketing Public Relation dalam Proses Rebranding. 2010 (Studi mengenai Perubahan Apartemen Menara Salemba Batavia Menjadi Menteng Square).	Sebagian besar strategi yang dilakukan oleh Bahama Group dalam mengkomunikasikan hasil rebranding Menara Salemba Batavia menjadi Menteng Square dalam pengelolaan respon pelanggan akibat proses rebranding tersebut adalah strategi komunikasi berbasis public relations dengan tujuan mendukung pemasaran.
----	------------------	--	--

3.

Romy Syaputra

		Sayjoy Healthylicious sebsgsi Strategi Marketing Public Relations PT Amerta Indah Otsuka. 2012. (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Marketing public Relation PT Indah Otsuka dalam Membangun Brand Awarness Soyjoy).	Strategi yang dilakukan oleh PT Amerta Indah Otsuka dalam melaksanakan Soyjoy Healthylicious dimaknai sebagai bagian dari taktik <i>pull strategi marketing public relations</i> yang dilakukan dengan memadukan online dan <i>offline activity</i> dalam menumbuhkan <i>Brend Awarness Soyjoy</i> .
--	--	---	--

I. Kerangka Berpikir

Marketing Mix adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Rangkaian atau unsur-unsur dalam marketing mix adalah :

a. Produk : Komoditas atau jasa yang disediakan;

2. Harga : Jumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

A. Tempat : Tempat produk atau jasa tersebut bisa didapat dan bagaimana didistribusikan;

B. Promosi : Bagaimana produk/jasa dijual kepada para konsumen.

Sementara marketing public relation merupakan proses perencanaan dan pengevaluasian program yang merangsang penjualan dan pelanggan hal tersebut, dilakukan melalui pengkomunikasian informasi yang kredibel dan kesan-kesan yang dapat menghubungkan perusahaan, produk dengan

kebutuhan serta perhatian pelanggan.

Marketing mix yang dikemukakan oleh Philip Kotler (dalam Rosady Ruslan, 2005:243) menampilkan gagasan

megamarketing. Ia memasukan unsur dua "P" baru, yakni power dan public relations ke dalam marketing mix (bauran pemasaran), yang terdiri dari *product, price, placement, dan promotions*. PR memegang peranan dalam pemasaran (market mix), dalam hal ini berperan dalam membantu program promosi (pemasaran), selain itu memastikan bahwa pesan yang tepat disajikan kepada publik dengan mempertimbangkan kinerja, perusahaan dan etika, kesehatan keuangan perusahaannya, serta citra (*image*) yang baik dari perusahaannya. Bauran PR jika dijabarkan secara rinci dalam korelasinya dengan komponen utama peranan public relations adalah sebagai berikut :

1. *Publications* (Publikasi dan *Publisitas*)

Fungsi dan tugas public relations salah satunya adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarkan informasi melalui berbagai media tentang kegiatan perusahaan/organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik.

2. *Event* (Penyusunan Program Acara)

Peran *public relations* jika dikaitkan dalam event/acara perusahaan adalah sebagai media komunikasi dan sekaligus untuk mendapatkan publikasi, sehingga media massa atau publik sebagai target sarannya akan memperoleh pengenalan, pengetahuan, pengertian yang mendalam dan diharapkan dari acara tersebut dapat menciptakan citra positif terhadap perusahaan/lembaga atau produk yang diwakilinya. Semua kegiatan promosi dan publikasi dikaitkan dengan event tersebut.

Event tersebut ada beberapa jenis diantaranya :

1. *Calender Event* : Event rutin yang dilaksanakan pada waktu tertentu, yaitu pada hari, bulan, tahun secara periodik (rutin) diselenggarakan sepanjang tahun, seperti menyambut hari raya idul fitri, natal, tahun baru dan sebagainya.

II. Special Event : Event yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada moment tertentu, di luar acara rutin. Event ini terdapat tiga jenis yaitu acara suatu peresmian, acara peringatan tertentu, dan acara komersial (*new product launching*) atau non komersial (*social community relations*).

III. Moment Event : Event yang sifatnya momentum atau lebih khusus lagi dan dilaksanakan pada momen-momen tertentu di luar acara rutin, misalnya acara 100 tahun (satu abad) memperingati Bung Karno, menyambut millennium ke-3 dan sebagainya yang dianggap sebagai momen oleh pihak lembaga ataupun Humas untuk mengadakan suatu acara istimewa yang perlu diperingati dan dipublikasikan.

IV. News (Menciptakan Berita)

Public relations berperan dalam pembuatan *press release*, *newsletter*, *bulletin*, dan lainnya yang biasa mengacu teknik penulisan 5 W + 1 H (*who, where, when, why, dan how*).

I. Community Involvement (Kepedulian pada Komunitas)

Peran public relation salah satunya terlibat dalam kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu untuk menjaga hubungan baik (*community relations dan humanity relations*) dengan pihak perusahaan yang diwakilinya.

I. Sosial Responsibility (Tanggung Jawab Sosial)

Aspek tanggung jawab dalam dunia PR sangat penting. PR tidak hanya memikirkan keuntungan materi bagi lembaga atau organisasi serta tokoh yang diwakilinya, tetapi juga kepedulian kepada masyarakat.

Pada penerapannya bauran PR memegang peranan langsung pada pemasaran perusahaan, sehingga bisa menimbulkan citra masyarakat/konsumen terhadap produk/jasa atau perusahaan. Bauran PR dalam korelasinya dengan

komponen marketing mix (pemasaran) yaitu memberikan peran dalam membina dan mempertahankan citra perusahaan, produk/jasa, baik segi kuantitas maupun kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya, sehingga hal tersebut membantu minat konsumen terhadap produk barang/jasa perusahaan. Dikaitkan dengan teori manajemen merupakan sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal <http://wikipedia.org/wiki/manajemen> diakses 5 April 2014 Pkl. 10.00. Sedangkan manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Kotler dan Armstrong, 1999:11). Untuk mencapai suatu tujuan dalam teori manajemen G.R. Terry, (2010:9-10) menyebutkan bahwa prosesnya berlangsung melalui tahap-tahap yang dikenal dengan POAC sebagai singkatan dari *Planing* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), dan *Controlling* (Pengawasan). Dari fungsi-fungsi manajemen yang dikemukakan oleh Terry dapat dilihat contoh penerapannya di dalam marketing. Misalnya, planning. Planning ini dibuat berdasarkan data yang ada di perusahaan, misalnya *planning* dalam bauran pemasaran atau *marketing mix*, yang terdiri product (komoditas/jasa yang disediakan), *price* (harga), *placement* (tempat), dan *promotions* (promosi). Tahap selanjutnya adalah organizing, yaitu disusun organisasi yang jelas dan efisien sehingga dengan jelas diketahui siapa yang bertanggung jawab, kepada siapa harus dipertanggungjawabkan, bagaimana koordinasi dalam

perusahaan. Jadi disini diperlukan suatu struktur yang jelas, sehingga tidak terjadi saling lempar tanggung jawab seandainya terjadi penyimpangan-penyimpangan dalam pekerjaan. Actuating sebagai fungsi ketiga, yaitu melaksanakan pekerjaan, bagaimana cara kerja, ke mana harus pergi, kapan, dan sebagainya. Agar pelaksanaan pekerjaan berjalan mulus, maka para pekerja perlu diberi insentif dengan demikian harus ditetapkan secara jelas tentang gaji, honor, uang lelah, uang komisi penjualan, dan sebagainya.

Fungsi terakhir ialah perlu adanya kontrol dari setiap pekerjaan yang dilakukan. Kontrol harus dilakukan sedini mungkin agar tidak terjadi kesalahan yang berlarut-larut. Jika terjadi penyimpangan dari planning yang telah ditetapkan maka perlu diambil tindakan pencegahannya (Alama, 2007:137). Unsur-unsur yang terlibat dalam proses yang bertahap secara berkesinambungan itu adalah apa yang dikenal dengan rumus Six M (*Men, Materials, Machines, Methods, Money, dan Markets*). Adapun penjelasan di atas yaitu :

1. *Men* (Manusia), merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki oleh organisasi. Dalam manajemen, faktor manusia adalah yang paling menentukan. Manusia yang membuat tujuan dan manusia pula yang melakukan proses untuk mencapai tujuan. Tanpa ada manusia tidak ada proses kerja, sebab pada dasarnya manusia adalah makhluk kerja, oleh karena itu manajemen timbul karena adanya orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan, <http://wikipedia.org/wiki/Manajemen> diakses 5 April 2014 Pkl. 10.20.

2. *Material* (Bahan), dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang lebih baik, selain manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan/materi-materi sebagai salah satu sarana, sebab materi dan manusia tidak dapat dipisahkan, tanpa materi tidak akan tercapai hasil yang dikehendaki.

3. *Machines* (Mesin), yakni digunakan untuk memberi kemudahan atau alat-alat atau mesin-mesin yang diperlukan dan menciptakan efisiensi kerja.

4. *Methods* (Metode), Cara dan atau sistem kerja dalam usaha mencapai tujuan itu. Metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia, waktu, serta keuangan dan kegiatan usaha, meskipun metode baik, sedangkan orang yang melaksanakannya tidak mengerti atau tidak mempunyai pengalaman, maka hasilnya tidak akan memuaskan dengan demikian peranan utama dalam manajemen tetap manusianya sendiri.

5. *Markets* (Pasar), tempat menyalurkan hasil produksi kepada masyarakat. Penguasaan pasar dalam arti menyebarkan hasil produksi merupakan faktor menentukan dalam perusahaan. Agar pasar dapat dikuasai maka kualitas dan harga barang harus sesuai dengan selera konsumen dan daya beli (kemampuan) konsumen.

Pada penerapannya manajemen pemasaran ialah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan. Dari definisi tersebut ialah apabila seseorang atau perusahaan ingin memperbaiki pemasarannya, maka ia harus melakukan kegiatan pemasaran itu sebaik mungkin (Buchari Alma, 2007:130). Adapun model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model hirarki efek merupakan upaya komunikator (pemasar) dalam menetapkan apa yang dihadapkan dari khalayak sasaran, selanjutnya berupaya bagaimana caranya agar khalayak sasaran bersedia membeli produk atau jasanya, (Djaslim Saladin, 2010:192). Tahapan-tahapan dalam model hirarki efek yaitu meliputi :

Pertama Kesadaran, komunikator (pemasar) membangunkan kesadaran terhadap konsumen tentang produk

dan jasa. Pada tahapan ini, PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menarik minat konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api, perusahaan mengandalkan pelayanan dan melaksanakan program tiket promo atau potongan tarif tiket kereta api. Upaya perusahaan dalam mempromosikannya yaitu melalui brosur, internet, karyawan, dan PR/Humas.

Kedua Pengetahuan, komunikator (pemasar) memutuskan untuk memilih pengetahuan tentang produk/jasa sebagai tujuan komunikasi. Pada tahapan ini, PT Kereta Api Indonesia (Persero) menyediakan gerbong eksekutif yang sangat nyaman bagi konsumennya pada kereta api Argo Parahyangan, sehingga perusahaan bisa menarik minat konsumen. Upaya perusahaan dalam mempromosikannya, juga dilakukan melalui internet, karyawan, dan brosur.

Ketiga Menyukai, tahap untuk mengembangkan suatu kampanye komunikasi untuk mendorong perasaan konsumen terhadap produk/jasa. Pada tahapan ini, PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menarik minat konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api Argo Parahyangan, perusahaan juga melaksanakan program tiket promo setiap harinya. Upaya perusahaan dalam mempromosikannya, dilakukan melalui internet.

Keempat Preferensi, tahap komunikator (pemasar) berupaya membangun preferensi konsumennya, yaitu salah satunya dengan mempromosikan kualitas, nilai, kinerja, dan keistimewaan lain produk itu. Pada tahapan ini, PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menarik minat konsumen, perusahaan mengendalikan pelayanan dan mengadakan program tiket promo, sehingga perusahaan bisa membangun preferensi konsumennya. Pelaksanaan promosi dalam mempromosikan pelayanan perusahaan dan program tiket promo, juga dilakukan melalui internet, brosur, karyawan, dan PR/Humas.

Kelima Keyakinan, tahap komunikator (pemasar) berupaya membangun keyakinan bahwa produk tersebut pilihan yang terbaik. Upaya-upaya PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumennya dan mengadakan program tiket promo, diharapkan bisa mendorong minat konsumen dan kembali untuk menggunakan jasa transportasi kereta api.

Keenam Membeli, tahap komunikator (pemasar) mengarahkan konsumen agar mengambil langkah untuk melakukan pembelian. Pada tahapan ini, upaya-upaya PT Kereta Api Indonesia (Persero) seperti perusahaan mengandalkan kenyamanan, keamanan dan pelayanan, mengadakan program tiket promo, serta mempromosikan pada konsumen, diharapkan bisa mendorong minat konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api dan membeli tiket kereta api. Adapun gambaran skema kerangka berpikir sebagai berikut :

Gambar 1.1

Skema Strategi *Marketing Public Relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Upaya Meningkatkan Penumpang Kereta Api Argo Parahyangan :

I. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di PT Kereta Api Indonesia (Persero) daerah operasional II Bandung, beralamat di Jln. Stasiun Selatan No. 25 Bandung. Alasan peneliti karena tersedianya data, lokasi yang strategis, dan mudah dijangkau.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek/objek penelitian, pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Hadari Nawawi, 1998:63). Penelitian ini, bertujuan menggambarkan atau mendeskripsikan strategi marketing publik relations di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menarik minat konsumennya menggunakan jasa transportasi kereta api Argo Parahyangan, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian.

3. Jenis dan Sumber Data

I. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif, yaitu data yang berkaitan dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dibuat sebelumnya oleh penulis yaitu :

- 1) Perencanaan marketing publik relation di PT Karetapi Indonesia (Persero) dalam menumbuhkan minat konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api Argo Parahyangan.
- 2) Pelaksanaan marketing *publik relation* di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menciptakan opini publik yang menguntungkan.
- 3) Pengevaluasian marketing *publik relations* di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam upaya

meningkatkan penumpang

Kereta Api Indonesia (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang Kereta Api Argo Parahyangan.

b. Sumber Data

1) Sumber data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui in depth interview atau wawancara dengan pihak marketing dan pihak PR/Humas di PT Kereta Api Indonesia (Persero) daerah operasional II Bandung. Data primer yang dimaksud ialah data yang berkaitan dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dibuat sebelumnya oleh penulis.

2) Sumber data sekunder dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tinjauan literatur, seperti buku-buku, jurnal, internet, dan skripsi, selain itu dokumentasi-dokumentasi yang diperoleh melalui objek penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik sebagai berikut :

I. Observasi nonpartisipan adalah jenis metode observasi dimana seorang peneliti hanya berperan sebagai “penonton” saja tidak terjun sebagai pemain seperti dalam observasi partisipan (Elvin aro Ardianto, 2010:180). Observasi bertujuan untuk mendeskripsikan setting yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian dilihat. Observasi ini dilakukan peneliti selama dua Minggu, dengan mengamati berbagai langkah atau strategi marketing public relation di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang kereta api Argo Parahyangan.

II. Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu, (Sugiyono, 2012:231). Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur yaitu digunakan sebagai teknik pengumpul data bila peneliti atau pengumpul data dalam

melakukan wawancara telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang telah disiapkan oleh peneliti. Wawancara terstruktur yang dibuat oleh peneliti bertujuan untuk mengumpulkan data-data atau berbagai langkah mengenai strategi marketing public relation di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang kereta api Argo Parahyangan. Hal-hal yang ditanyakan antara lain berkaitan dengan marketing mix, yaitu product, price, placement dan promotions. Wawancara ini akan ditujukan kepada pihak marketing dan PR/ Humas di PT Kereta Api Indonesia (Persero) daerah operasional II Bandung.

III. Studi Dokumentasi adalah penelusuran berbagai sumber informasi yang berhasil dari tempat penelitian. Studi dokumentasi digunakan oleh peneliti untuk menggali data-data sekunder. Dalam penelitian ini, data dokumentasi yang diperoleh dari tempat penelitian, yaitu PT Kereta Api Indonesia (Persero) meliputi media promosi atau brosur, media publikasi, serta photo-photo, dan dokumentasi-dokumentasi lainnya.

5. Analisis Data

Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah teknik analisis data. Analisis data dalam penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2012:247) yaitu dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel. Analisis data dalam penelitian kualitatif yaitu data *reduktion* (data reduksi), data *display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (membuat kesimpulan dan verifikasi), penjelasannya yaitu :

I. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2012:247). Dalam penelitian ini, peneliti mereduksi data-data yang dikumpulkan melalui objek penelitian, yaitu mengenai berbagai langkah atau strategi marketing public relations di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang kereta api Argo Parahyangan.

II. Display data (penyajian data) bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan antara kategori, flowchart dan sejenisnya. Tujuan mendisplaykan data yaitu memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut (Sugiyono, 2012:249). Dalam penelitian ini penyajian data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dalam bentuk uraian singkat agar mudah dipahami. Penyajian data tersebut adalah data-data yang dikumpulkan dari objek penelitian, yaitu mengenai berbagai langkah atau strategi marketing public relations di PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam upaya meningkatkan penumpang kereta api Argo Parahyangan.

III. Membuat kesimpulan dan verifikasi. Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2012:252) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan terhadap data-data yang diperoleh dari lapangan, peneliti juga memastikan bahwa data-data atau informasi tersebut merupakan data-data yang kredibel.

I. MANAJEMEN DAKWAH

Contoh-contoh Judul Penelitian Skripsinya yaitu :

I. Sistem Pengorganisasian Gedung Dakwah dan Urusan Haji Kab. Sukabumi dalam Upaya Mengembangkan Dakwah Islam.

a. Strategi Pengembangan Organisasi ICMI dalam Mendukung Aktivitas Dakwah.

b. Peranan Manajemen Masjid dalam Memakmurkan Masjid di Kompleks Perumahan Bumi Harapan Bandung.

c. Sistem Pengelolaan Zakat dan Peranannya terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat: Kasus di BAZIS Kabupaten Purwakarta.

5. Keefektifan Metode Pengawasan Pimpinan terhadap Laporan Keuangan Masjid Jami Baiturrohim Desa Karang Suwung, Kec. Cirebon.

6. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Manajer terhadap Kualitas Pelayanan Kopontren Ilman di Pesantren Asurrufiah Babakan Ciwaringin-Cirebon.

7. Wanita Karir dalam Perspektif Manajemen Keluarga Muslim: Studi Deskriptif terhadap Dosen Wanita UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Judul Penelitian sebagai berikut :

**POLA PENGAWASAN KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI DALAM
MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN**

(Studi Deskriptif di KBIH AL-Falah Jl. Raya Barat Cicalengka no 245 Bandung)

Oleh Epit NIM: 1211408013

PROPOSAL PENELITIAN

I. Latar Belakang Masalah

Ibadah haji merupakan puncak ritual dari rukun Islam yang kelima yang wajib dilaksanakan oleh umat I

slam yang memenuhi kriteria istitha'ah, antara lain mampu secara materi, fisik dan mental. Ibadah haji juga mengintegrasikan seluruh

tataran syariah di dalamnya. Bahkan ibadah haji merupakan investasi syiar dan kekuatan Islam yang dahsyat. Hal ini terefleksi dalam prosesi Wukuf, Thawaf, Sa'i dan Jamarat.

Secara kuantitas jamaah haji Indonesia merupakan yang terbesar bila dibandingkan negara-negara lain, Berdasarkan keputusan rapat menteri luar negeri negara-negara Organisasi Konferensi Islam (OKI) tahun 1978 disepakati pembatasan jumlah jemaah haji setiap negara sebesar 1:1000 dari total jumlah penduduk (yang bergama Islam). Kuota jemaah haji Indonesia yang disepakati dalam MOU Persiapan Haji 1434 H/2013 M sebanyak 211.000 orang berdasarkan jumlah penduduk Republik Indonesia yang tercatat di PBB. Namun pada tanggal 6 Juni 2013 Pemerintah Indonesia mendapat surat pemberitahuan dari Pemerintah Arab Saudi tentang kebijakan pengurangan kuota haji sebesar 20% untuk seluruh negara tanpa terkecuali karena adanya proyek perluasan tempat tawaf yang memakan waktu penyelesaian selama 3 (tiga) tahun.

Besarnya minat masyarakat untuk menunaikan ibadah haji, tentunya menuntut berbagai perubahan dan perbaikan dari berbagai pihak penyelenggara, sesuai dengan kondisi dan arah zaman yang berubah, Mungkin pada era 90-an tuntutan kualitas tidak menjadi keharusan bagi masyarakat haji, yang penting bagi mereka adalah berangkat dan kembali dengan selamat serta menjadi haji yang mabrur. Namun tidak demikian untuk jamaah haji saat ini.

Hingga saat ini besarnya jumlah jamaah haji, belum bisa dijadikan tolak ukur besarnya potensi bagi bangsa dan negara, yang terjadi saat ini haji lebih sekedar rutinitas ibadah tahunan. Hal ini terlihat dari penyelenggaraan ibadah haji dari tahun ke tahun yang selalu menyisakan persoalan dan sering menjadi sorotan publik. Penyelenggaraan ibadah haji dari tahun ketahun tidak lepas dari permasalahan: otoritas penyelenggaraan ibadah haji, komponen besarnya BPIH, akomodasi, pemondokan, transportasi, katering kelembagaan dewan pengawas haji,

manasik haji dan pembinaan jamaah haji, pembatasan pergi haji karena kuota, keberadaan KBIH, dan eksistensi BPIH khusus (Evaluasi Penyelenggaraan Haji Tahun 1426 H/2006 M, Departemen Agama RI Direktorat Jendral Penyelenggaraan Haji dan Umroh).

Dinamika penyelenggaraan haji selalu menjadi topik pembicaraan hangat dikalangan masyarakat. Hal ini karena tuntutan publik di era reformasi dan keterbukaan, dan juga kenyataan bahwa haji bukan hanya rutinitas tahunan yang menjadi kewajiban umat Islam dalam menyempurnakan rukun Islam yang kelima, tetapi lebih dari itu, perlu ditingkatkan sistem dan mekanisme penyelenggaraan haji itu sendiri. Dinamika tersebut sudah selayaknya ditanggapi secara proporsional oleh pemerintah atau lembaga terkait, untuk mencari solusi sehingga penyelenggaraan haji akan lebih profesional sesuai dengan harapan masyarakat.

Penyelenggaraan haji selama ini dinilai kurang efektif dan efisien. Hal ini turut mempengaruhi kualitas pemberian pelayanan dan perlindungan kepada jamaah, untuk itu upaya penyempurnaan sistem dan manajemen penyelenggaraan ibadah haji harus ditingkatkan. Upaya tersebut bisa dilakukan dengan cara meningkatkan pembinaan, pelayanan dan perlindungan kepada jamaah haji.

Negara atau pemerintah bertanggung jawab atas penyelenggaraan ibadah haji berdasarkan amanah Undang- Undang yang berlaku. Penyelenggaraan ibadah haji di Indonesia telah diatur dalam Undang-undang No 13 Tahun 2008 pasal 1 ayat 2 dan pasal 3. Dalam undang-undang ini disebutkan bahwa penyelenggaraan ibadah haji adalah rangkaian kegiatan pengelolaan pelaksanaan ibadah haji yang meliputi pembinaan, pelayanan, dan perlindungan ibadah haji. Penyelenggaraan ibadah haji bertujuan untuk memberikan pembinaan, pelayanan dan perlindungan yang sebaik-baiknya

bagi jamaah haji, sehingga jamaah haji dapat menunaikan ibadahnya sesuai dengan ketentuan ajaran agama Islam.

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) merupakan lembaga sosial Islam yang bergerak dalam bidang Bimbingan Manasik Haji terhadap calon jamaah/jamaah haji baik selama pembekalan di tanah air maupun pada saat ibadah haji di Arab Saudi. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) sebagai lembaga sosial keagamaan (non pemerintah) merupakan sebuah lembaga yang telah memiliki legalitas pembimbingan melalui Undang-Undang dan lebih diperjelas melalui sebuah wadah khusus dalam struktur baru Departemen Agama dengan Subdit Bina KBIH pada Direktorat Pembinaan Haji (Buku Pedoman Pembinaan KBIH, 2006:1).

Tujuan organisasi atau lembaga ini tidak akan berjalan tanpa adanya bantuan kinerja dari seorang karyawan. Dalam mencapai tujuan tersebut maka diperlukan unsur – unsur manajemen salah satunya adalah unsur *men* (manusia) atau bisa disebut juga dengan karyawan artinya tenaga kerja manusia baik tenaga kerja pemimpin maupun tenaga kerja operasional atau pelaksana, karena lembaga dan karyawan pada hakikatnya saling membutuhkan.

Karyawan adalah asset (kekayaan) utama setiap lembaga atau perusahaan yang selalu ikut aktif berperan dan saling menentukan tercapai tidaknya tujuan perusahaan tersebut (Malayu S.P Hasubuan, 2000:179). Selain itu kinerja seorang karyawan tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya pengawasan dari seorang pemimpin.

KBIH yang bergerak dibidang penyelenggaraan haji sangatlah berperan dalam mengurus, mengelola, melaksanakan dan mengatur serangkaian kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya. Terutama dalam mengawasi seluruh program dan kegiatan KBIH. Kegiatan pengawasan ini dimaksudkan untuk mencegah penyimpangan-penyimpangan dari pelaksanaan kegiatan atau pekerjaan sekaligus untuk mengoreksi jika terjadi

penyimpangan dari tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Selain itu pelaksanaan kegiatan pengawasan pada KBIH ditujukan untuk mengontrol semua aktivitas yang meliputi segala pelayanan yang diberikan kepada para calon jamaah haji sampai kepada permasalahan internal organisasi. Pengawasan merupakan salah satu fungsi manajemen yang memegang peranan penting dalam proses penyelenggaraan kegiatan guna tercapainya tujuan yang telah ditentukan di dalam suatu organisasi. Seperti halnya fungsi-fungsi manajemen lainnya yaitu perencanaan, pengorganisasian, dan penggerakkan, fungsi pengawasan ini selalu dilakukan oleh setiap atasan kepada bawahannya untuk mengetahui apakah bawahannya melakukan tugas sesuai dengan ketentuan dan syarat-syarat kualitas dan kuantitas kerja yang telah ditetapkan ataukah tidak. Oleh karena itu, keberhasilan lembaga ditentukan oleh pengawasan yang efektif, sehingga kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang dimiliki suatu lembaga menjadi lebih meningkat. Demikian halnya juga dalam penyelenggaraan tugas-tugas suatu Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) akan berhasil apabila pengawasan dilakukan secara efektif dan efisien. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Al-Falah adalah salah satu layanan sosial keagamaan yang diadakan oleh Yayasan Asyasyahidiyyah untuk melayani dan membimbing elemen masyarakat yang akan melaksanakan ibadah haji dan atau umrah. Lembaga ini didirikan pada tahun 1998 dengan ijin Nomor: WI/1/Hj-01/KPPS/341/1998. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al-Falah adalah salah satu lembaga yang bergerak dibidang jasa pelatihan, bimbingan dan pemberangkatan jamaah haji dan umroh yang bertujuan untuk membimbing umat menuju baitullah dengan menitik beratkan kepada kualitas layanan dan serangkaian kegiatan untuk calon jamaah haji agar dapat menjadi haji yang Mabrur dan Mabruroh. KBIH Al-Falah menerapkan prinsip kerja

berdasarkan fungsi- fungsi manajemen yang meliputi : perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

Dalam pengelolaannya KBIH Al-Falah memanfaatkan sumber daya yang ada di dalam yaitu para Asatidz yang masih memiliki ikatan keluarga juga para santri dari Pondok Pesantren Al-Falah yang ikut serta memberikan support terhadap berlangsungnya semua kegiatan yang diadakan oleh KBIH tersebut.

KBIH Al-Falah merupakan lembaga yang banyak diminati oleh calon jamaah haji, Banyak sekali jamaah haji yang mendaftar setiap tahunnya karena terdapat kepuasan jamaah terkait pelayanan yang diberikan kepada para jamaah.

Adapun program yang dilakukan oleh KBIH Al-Falah meliputi : Program Ibadah haji, Umrah, Ziarah, dan Reuni akbar Jamaah Haji Al-Falah. Dalam merealisasikan program tersebut, KBIH Al-Falah menggerakkan Para Alumni jamaah haji, Alumni Pesantren Al-Falah, pengurus dan elemen lain yang mau bekerja sama secara ikhlas untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan program-program yang telah direncanakan.

Agar kegiatan organisasional mencapai tujuan yang sesuai dengan rencana dan cara-cara yang ditetapkan sebelumnya. Maka Kegiatan yang dilakukan oleh KBIH Al-Falah tidak terlepas dari peran seorang pemimpin didalamnya, karena pemimpin yang akan mengetahui semua kinerja karyawan, pemimpin juga yang akan mengetahui apakah kinerja yang dilakukan oleh karyawan berjalan dengan baik atau tidak sesuai dengan tujuan awal yang telah direncanakan, karena bagaimanapun seorang pemimpin harus tetap menjaga profesionalisme kerja walaupun semua karyawannya merupakan orang-orang terdekat yang masih memiliki ikatan keluarga, setelah serangkaian kegiatan kinerja karyawan telah dilakukan, kemudian melakukan tindakan korektif (perbaikan) agar eksistensi sebuah organisasi tetap berjalan dengan efektif dan efisien.

Oleh karena itu pengawasan sangat penting dalam meningkatkan kinerja karyawan, agar karyawan mau bekerja sama, memiliki semangat kerja yang tinggi, bekerja secara ikhlas sehingga tercapainya hasil yang optimal. Selain itu pengawasan dilaksanakan dalam manajemen untuk mengetahui segala kekurangan dalam pelaksanaan pelayanan sehingga pelayanan yang dilaksanakan tidak menyimpang dengan tujuan-tujuan yang telah direncanakan dan menguntungkan bagi penyelenggaraan atau pelaksanaan program selanjutnya agar permasalahan yang pernah terjadi tidak terulang lagi. Pengawasan sebagai fungsi manajemen berdekatan erat dengan perencanaan. Hal ini, karena pengawasan berhubungan langsung dengan kegiatan yang telah direncanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, supaya tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan yang menyebabkan tidak tercapainya tujuan. Pengawasan ini mencakup mengevaluasi pekerjaan yang sedang berlangsung, dan apabila diperlukan perbaikan maka perbaikan dapat dilaksanakan terhadap kegiatan yang sedang dikerjakan. Jika dilakukan perbaikan, maka perbaikan tersebut tidak boleh sampai merusak tujuan sesuai yang telah direncanakan.

I. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang akan diteliti dalam pembuatan skripsi ini dirumuskan dalam bentuk Pola Pengawasan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dalam Meningkatkan Kinerja karyawan. Selanjutnya untuk mempermudah pembahasan dan analisis, pokok permasalahan tersebut dirincikan dalam beberapa permasalahan penelitian :

1. Bagaimana standar pengawasan yang diterapkan di KBIH Al- Falah Cicalengka Bandung?

2. Bagaimana implementasi standar pengawasan yang dilakukan oleh Pemimpin dalam melihat perkembangan kinerja karyawan?

3. Bagaimana tindakan evaluasi yang dilakukan oleh pemimpin dalam memperbaiki kinerja karyawan di KBIH Al-Falah Cicalengka Bandung?

III. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, setiap peneliti mempunyai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui standar pengawasan yang di terapkan di KBIH Al-Falah Cicalengka Bandung.

2. Untuk mengetahui implementasi dari standar pengawasan yang dilakukan oleh pimpinan dalam melihat perkembangan kinerja karyawan.

3. Untuk mengetahui tindakan evaluasi yang dilakukan oleh pemimpin dalam memperbaiki kinerja karyawan di KBIH Al-Falah Cicalengka Bandung.

IV. Kegunaan Penelitian

a. Dari segi teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas khasanah pemikiran, pengetahuan, pemahaman dalam ilmu manajemen terutama ilmu tentang pengawasan, serta diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan studi banding oleh peneliti lain, juga dapat dipergunakan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang keilmuan manajemen dakwah.

2. Dari segi praktis

Diharapkan dapat memberi masukan positif bagi organisasi dalam memahami pentingnya fungsi pengawasan sumberdaya manusia untuk memaksimalkan kinerja agar sesuai dengan rencana awal yang

telah ditetapkan, serta bertujuan

untuk menghindari terjadinya penyimpangan- penyimpangan yang tidak diharapkan agar proses kinerja organisasi dapat terselesaikan secara efektif dan efisien.

I. Tujuan Pustaka

Untuk menghindari kesamaan penulisan dan plagiatisme, maka berikut ini penulis sampaikan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

Pertama, skripsi yang telah disusun oleh Widaningsih (2005) dengan judul: “*Teknik Pengawasan Dalam Meningkatkan Disiplin Kerja Karyawan*” skripsi ini menjelaskan tentang pengawasan seksi penyelenggaraan Haji Departemen Agama Purwakarta, di dalam mekanisme pelaksanaan kegiatannya Departemen Agama Purwakarta melakukan dua teknik pengawasan, yaitu pengawasan langsung dan pengawasan tidak langsung. Dalam pengawasan langsung dilakukan dengan cara peninjauan pribadi dan dengan melakukan bimbingan dan penyuluhan serta program kerja setiap satu minggu sekali setiap hari senin pagi setelah apel pagi pukul 07:30 WIB. Sedangkan pengawasan tidak langsung yaitu dengan memberikan laporan pertanggung jawaban mengenai pelaksanaan kegiatan yang telah dilaksanakan baik melalui lisan maupun lewat tulisan. Pengawasan yang dilakukan pemimpin seksi penyelenggaraan Haji Departemen Agama Purwakarta ini memberikan dampak positif terhadap karyawan seksi penyelenggaraan Haji Departemen Agama Purwakarta, yaitu dengan semangat tumbuhnya produktifitas dan disiplin kerja yang tinggi.

Kedua, skripsi yang telah disusun oleh Budiman Iskandar (2005) yang berjudul “*Aplikasi Fungsi Pengawasan dalam Pelaksanaan Ibadah Haji di Kantor Wilayah Departemen Agama Profinsi Jawa Barat*” skripsi ini menjelaskan tentang aplikasi pengawasan yang dilakukan oleh

kepala Kanwil Departemen Agama Propinsi Jawa Barat adalah dengan sebuah membentuk tim pemantau yang memiliki fungsi sebagai pemantau Kepala Kanwil dalam mengawasi proses penyelenggaraan ibadah haji. Tim pemantau bertugas untuk memantau pelaksanaan tugas-tugas pada bidang-bidang yang terkait dengan Panitia Penyelenggaraan Ibadah Haji (PPIH), yaitu administrasi, transportasi, kesehatan jamaah, perbekalan (pasilitas) jamaah calon haji, dan keamanan serta kesenyamanannya.

Aplikasi pengawasan yang dilakukan oleh kanwil Departemen Agama Propinsi Jawa Barat pada saat pemulangan tidak jauh beda dengan pengawasan saat pemberangkatan, baik secara manajerialnya ataupun dalam pelaksanaannya.

Evaluasi hasil pemantauan kemudian dilaporkan kepada kepala Kanwil Depag sekaligus sebagai ketua Panitia Penyelenggaraan Ibadah Haji (PPIH), dan tidak dilanjutkan dengan instruksi untuk melakukan perbaikan. Apabila ada masalah yang cukup rumit biasanya kepala Kanwil mendiskusikannya pada rapat dadakan atau *incidental*. Bahkan dapat pula mengundang ahli ataupun sebuah lembaga yang berkaitan dan diperkirakan dapat membantu menyelesaikan tugas tersebut.

I. Kerangka Pemikiran

Secara etimologis, kata manajemen berasal dari Bahasa Inggris, yakni *management*, yang dikembangkan dari kata *to manager*, yang artinya mengatur atau mengelola. Kata *manage* itu sendiri berasal dari Bahasa Italia, *maneggio*, yang diadopsi dari Bahasa Latin *managiare*, yang berasal dari kata *manus*, yang artinya tangan (Sadili Samsudin, 2006:15). Sedangkan secara terminologi, manajemen adalah sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan; perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran-sasaran yang telah

ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Sedangkan menurut Stoner manajemen adalah proses perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pengarahan (*Actuating*) dan pengawasan (*Controlling*), usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Handoko, 1986: 8).

Manajemen merupakan salah satu aspek penting dalam mewujudkan suatu harapan yang dicita-citakan bersama untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Manajemen adalah upaya mengatur dan mengarahkan berbagai sumberdaya, mencakup manusia (*Man*), uang (*Money*), barang (*Material*), mesin (*Machine*), metode (*Method*) dan Pasar (*Market*). (Zaenal Muchtarom, 1996:35).

Dipandang sebagai salah satu fungsi manajemen, fungsi pengawasan dilakukan untuk mengukur efektifitas kerja personal dan tingkat efisiensi penggunaan metode serta alat-alat tertentu dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses pengawasan ditujukan untuk memeriksa kesesuaian realisasi kerja di lapangan dengan rencana, instruksi dan prinsip-prinsip kerja yang telah ditetapkan. Pengawasan sangat penting dilaksanakan dalam manajemen untuk mengetahui segala kekurangan dalam pelaksanaan pelayanan sehingga pelayanan yang dilaksanakan tidak menyimpang dengan tujuan-tujuan yang telah direncanakan dan menguntungkan bagi penyelenggaraan atau pelaksanaan program selanjutnya supaya permasalahan yang pernah terjadi tidak terulang lagi.

Pengawasan sebagai fungsi manajemen berdekatan erat dengan perencanaan. Hal ini karena pengawasan berhubungan langsung dengan kegiatan yang telah direncanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, pengawasan ini mencakup mengevaluasi pekerjaan yang sedang berlangsung,

dan apabila diperlukan perbaikan maka perbaikan dapat dilaksanakan terhadap kegiatan yang sedang dikerjakan.

George. R Terry (dalam Brantas, 2009:198) juga berpandangan bahwa pengawasan adalah proses penentuan, menentukan apa yang harus dicapai yaitu standar, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan dan penilaian (Evaluasi) pelaksanaan dan apabila perlu melakukan perbaikan-perbaikan (tindakan korektif), sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana yaitu selaras dengan standar.

Hlarold Koonz dan Cyrill O. Donnel dalam buku mereka *Principles of Management* mengatakan bahwa *Planning And Controlling Are The Two Side Of The Same Coin*. Artinya bahwa perencanaan dan pengawasan merupakan kedua belahan mata uang yang sama (Sondang P. Siagian 2008 : 112).

Jelas bahwa tanpa rencana pengawasan tidak mungkin dilaksanakan karena tidak ada pedoman untuk melakukan pengawasan itu. Sebaliknya rencana tanpa pengawasan akan berarti kemungkinan timbulnya penyimpangan-pengimpangan dan penyelewengan- penyelewengan yang serius tanpa aada alat untuk mencegahnya.

Pengertian sumberdaya manusia dikemukakan pula oleh Sedarmayanti (2001:68) dalam buku "*Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*" bahwa sumber daya manusia adalah tenaga kerja atau pegawai didalam organisasi yang mempunyai peran penting dalam mencapai keberhasilan".

Menurut A. Anwar Prabu Mangkunegara (2005:9) menjelaskan bahwa kinerja merupakan istilah yang berasal dari kata *Job performance* atau *actual performance* prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang. Kemudian diperkuat oleh Barnadin (2001:143) yang dikutip oleh Sudarmanto (2009:8) menyatakan bahwa kinerja merupakan catatan hasil yang diproduksi atau yang dihasilkan atas fungsi pekerjaan tertentu atau aktivitas-aktivitas selama priode

tertentu. Dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah prestasi kerja atau hasil kerja sesungguhnya yang dicapai seseorang.

Malayu S.P Hasibuan (2000:12) bahwa karyawan adalah kekayaan utama suatu perusahaan atau lembaga, karena tanpa keikutsertaan mereka aktivitas perusahaan tidak akan terjadi, karyawan berperan aktif dalam menetapkan rencana, system, proses dan tujuan yang ingin dicapai. Dapat dipahami bahwa karyawan adalah modal utama bagi setiap perusahaan. Sebagai modal, kinerja karyawan perlu dikelola dan diawasi agar tetap produktif. Selain itu karyawan merupakan asset utama yang penting serta merupakan salah satu faktor penunjang keberhasilan pekerjaan dalam menjalankan perusahaan atau lembaga. Maka dari itu, pentingnya sistem pengawasan yg efektif dari seorang pemimpin untuk mempertahankan semangat kerja, melakukan pekerjaan dengan baik serta meningkatkan sikap loyalitas karyawan terhadap lembaga.

Sistem pengawasan yang efektif harus memenuhi beberapa prinsip pengawasan yaitu adanya rencana tertentu dan adanya pemberian instruksi serta wewenang-wewenang kepada bawahan. Rencana merupakan standar atau alat pengukur pekerjaan yang dilaksanakan oleh bawahan. Rencana tersebut menjadi petunjuk apakah sesuatu pelaksanaan pekerjaan berhasil atau tidak. Pemberian instruksi dan wewenang dilakukan agar sistem pengawasan itu memang benar-benar dilaksanakan secara efektif. Wewenang dan instruksi yang jelas harus dapat diberikan kepada bawahan, karena berdasarkan itulah dapat diketahui apakah bawahan sudah menjalankan tugas-tugasnya dengan baik. Atas dasar instruksi yang diberikan kepada bawahan maka dapat diawasi pekerjaan yang dilakukan seorang bawahan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah tugas- tugas telah dilaksanakan, bagaimana pelaksanaannya, apakah terjadi penyimpangan didalam pelaksanaan tugas-tugas seorang

pemimpin untuk melakukan pengawasan. Dari uraian di atas jelas bahwa pengawasan mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam proses manajemen.

Pengawasan oleh pemimpin kepada bawahan merupakan usaha untuk membimbing, mengarahkan dan mendayagunakan kemajuan bawahan secara maksimal, guna mencapai tujuan lembaga atau organisasi. Pimpinan melakukan itu guna mencegah atau memperbaiki terjadinya penyimpangan yang tidak sesuai dengan perencanaan.

Demikian juga halnya dalam pelaksanaan pengawasan, untuk mempermudah pelaksanaan dalam merealisasikan tujuan harus pula dilalui beberapa fase atau urutan pelaksanaan. Proses pengawasan yang berobjek apapun terdiri dari 3 (tiga) tahap sebagai berikut (Manulang, 2008:148) :

1. Menetapkan alat pengukur (*standar*)
2. Mengadakan penilaian (*evaluasi*)
3. Mengadakan tindakan perbaikan (*corrective action*)

Proses pengawasan tersebut pada dasarnya dilakukan oleh Pemimpin dengan mempergunakan dua macam metode pengawasan, yaitu : pengawasan langsung (*direct control*), dan pengawasan tidak langsung (*indirect control*). Metode pengawasan langsung bisa dilakukan oleh pemimpin ketika proses kinerja karyawan sedang berjalan setiap harinya, atau bisa juga saat rapat bulanan. Sedangkan metode pengawasan tidak langsung bisa dilakukan oleh tim pengawas Yayasan Asyasyahidiyyah yang telah mendapatkan mandat dari pimpinan agar kualitas kinerja karyawan tetap terjaga, lihat gambar di bawah ini yaitu:

Gambar.1.1
Metode Pengawasan

Metode pengawan lang

Adapun proses pengawasan secara langsung dan tidak langsung yang diterapkan pada kualitas kinerja karyawan di KBIH Al-Falah, hasilnya adalah untuk mengukur keefektifan kinerja yang telah dilakukan selama ini. Menurut H. Emerson Efektif adalah pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (Brantas, 2009:190).

Perlu diketahui bahwa semua pemimpin menginginkan untuk mendapatkan sistem pengawasan yang efektif dan efisien untuk membantu agar apa yang dilakukan sesuai dengan rencana. Agar pengawasan tersebut berjalan dengan efektif dan efisien perlu adanya sistem yang baik dari pengawasan itu. Sistem yang baik itu memerlukan syarat- syarat menurut (Soewarto Handayani, 1996:151) sebagai berikut :

1. Pengawasan harus didasarkan dengan rencana dan jabatan seseorang.
2. Pengawasan harus dihubungkan dengan individu pimpinan dan pribadinya.
3. Pengawasan harus menunjukkan penyimpangan- penyimpangan pada hal- hal yang penting.
4. Pengawasan harus objektif.
5. Pengawasan harus luwes.
6. Pengawasan harus hemat.
7. Pengawasan harus membawa tindakan perbaikan (*corrective action*).

Dengan memenuhi syarat-syarat tersebut, maka sistem pengawasan akan berjalan dengan baik secara efektif dan efisien. Begitupun pengawasan dalam proses kinerja yang dilakukan oleh karyawan akan berjalan dengan baik dan efisien apabila memenuhi syarat-syarat tersebut. Pengawasan ini dilakukan secara menyeluruh dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, dan semua kegiatan kinerja karyawan sehingga tidak terjadi penyimpangan- penyimpangan yang tidak diharapkan dan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa proses manajemen dapat diselesaikan apabila pengawasan telah dilaksanakan. Oleh karena itu, pengawasan dapat dinyatakan sebagai proses dimana Pemimpin/ pihak manajemen melihat apakah yang telah terjadi sesuai dengan apa yang seharusnya terjadi.

Gambar.1.2

Skema Kerangka Berfikir tentang Pengawasan KBIH Al-Falah

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa, sebuah lembaga atau organisasi khususnya KBIH Al-Falah perlu ditangani secara profesional oleh seorang pemimpin

terhadap bawahannya, agar proses pelaksanaan kegiatan pada sebuah lembaga atau organisasi tidak menyimpang dari rencana yang sudah ditetapkan sebelumnya, hal inilah yang mendasari adanya pengawasan dari pemimpin, agar proses pelaksanaan kerangka kerja yang telah disusun dari awal dapat berjalan dengan efektif dan efisien dan mendapatkan hasil yang maksimal.

Dari beberapa penjelasan mengenai pengawasan diatas, dapat disimpulkan bahwa penerapan fungsi manajemen lebih dikonsentrasikan pada pengawasan yang dapat diterapkan bagi peningkatan kualitas kinerja karyawan.

I. Langkah – langkah Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada KBIH Al-Falah yang berada di Jl. Raya Barat Cicalengka no 245 Bandung. Alasannya ialah masalah ini sangat penting untuk dipecahkan karena berkaitan dengan pengawasan dan kinerja karyawan. Lokasi ini relatif mudah terjangkau dari tempat tinggal peneliti, yang memungkinkan efektivitas dan efisiensi dalam pengumpulan data- data dan informasi yang dibutuhkan.

2. Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan secara lebih luas (Sugiyono, 2005 :21). Adapun pendapat lain menyatakan metode deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha mendeskripsikan gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang (Suharmini Arikunto, 2002:30). Hal ini dimaksudkan untuk menggambarkan, memaparkan dan menjelaskan data-data informasi tentang fungsi pengawasan yang digunakan oleh KBIH Al-Falah dalam meningkatkan kinerja karyawan melalui

observasi, wawancara dan studi kepustakaan yang menyeluruh terhadap objek penelitian. Kemudian data yang telah diperoleh dan terkumpul dianalisis. Dengan menggunakan metode tersebut dapat menghantarkan peneliti dalam memperoleh data secara benar, akurat dan lengkap berdasarkan hasil pengumpulan data dan pengolahan data secara sistematis.

3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Menurut Bog dan Taylor data kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati (Khaerul Wahidin, 2001:47). Pendapat lain menyatakan penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lainnya (Lexy J. Moleong, 1996:157).

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan jawaban atas beberapa pertanyaan penelitian yang diajukan terhadap masalah yang dirumuskan dan pada tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, jenis data tersebut diklasifikasikan menjadi yaitu :

- I. Data yang berhubungan dengan standar pengawasan.
- II. Data yang berhubungan dengan implementasi standar pengawasan yang dilakukan oleh pemimpin dalam melihat perkembangan kinerja karyawan.
- III. Data yang berhubungan dengan tindakan evaluasi yang dilakukan oleh pemimpin dalam memperbaiki kinerja karyawan.

4. Sumber Data

Dalam hal ini sumber data yang digunakan peneliti terdiri dari data primer dan data sekunder.

I. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer ini diperoleh melalui kata-kata atau tindakan orang-orang yang diamati dan diwawancarai. Adapun subyek penelitian, antara lain: Pimpinan, dan pengurus KBIH Al-Falah Cicalengka Bandung.

I. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini terdiri dari data tertulis yang merupakan sumber data yang tidak bisa diabaikan, karena melalui sumber data tertulis akan diperoleh data yang dapat dipertanggungjawabkan validitasnya (Lexy J. Moleong, 2004:113). Data yang diperoleh bisa berupa arsip, dokumentasi, visi dan misi, Ad/ART, struktur organisasi serta program kerja yang terdapat pada KBIH Al-Falah ataupun hal-hal lain yang dapat melengkapi jenis data yang diperoleh dalam penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

I. Observasi

Observasi adalah metode yang dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diselidiki (Usman dan Akbar, 2003:54). Observasi juga merupakan teknik yang dilakukan melalui pengamatan, pengawasan, peninjauan dan penyelidikan langsung akan kondisi objek untuk mengumpulkan data-data (Kamus Ilmiah Populer, 2001:553). Dalam pelaksanaan observasi ini, peneliti mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang menjadi pusat penelitian, agar mengetahui secara langsung aktivitas KBIH Al-Falah, khususnya pada pengawasan KBIH Al-Falah. Dan juga untuk mengetahui sejauh mana efektivitas kinerja karyawan di KBIH Al-Falah

Cicalengka Bandung.

I. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada seseorang yang berwenang tentang suatu masalah (Suharsimi Arikunto, 1993:231).

Peneliti dalam hal ini berkedudukan sebagai interviewer, mengajukan pertanyaan, menilai jawaban, meminta penjelasan, mencatat dan menggali pertanyaan lebih dalam. Di pihak lain, sumber informasi (interview) menjawab pertanyaan, memberi penjelasan dan kadang-kadang juga membalas pertanyaan (Hadi, 2004:218). Metode ini dipergunakan untuk mendapatkan data dan menggali data tentang sesuatu yang berkaitan dengan pengawasan yang dilakukan oleh KBIH Al-Falah.

Dalam wawancara ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur yaitu wawancara yang terdiri dari suatu daftar pertanyaan yang telah direncanakan dan telah disusun sebelumnya. Semua responden yang diwawancarai diajukan pertanyaan-pertanyaan yang sama, dengan kata-kata dan dalam tata urutan secara uniform. Di samping itu sebagai bentuk pertanyaannya, digunakan wawancara terbuka yaitu terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang sedemikian rupa bentuknya sehingga responden atau informan diberi kebebasan untuk menjawabnya. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pimpinan KBIH Al-Falah beserta pengurus-pengurus lainnya.

I. Studi dokumentasi

Metode Dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Lexy J. Moleong, 2004:218). Teknik pengumpulan data tidak langsung ini ditujukan kepada subyek penelitian dalam rangka memperoleh informasi terkait objek penelitian, dalam studi dokumentasi biasanya peneliti melakukan penelusuran data historis objek penelitian serta

melihat sejauh mana kegiatan kinerja para karyawan yang telah diarsipkan dengan baik.

6. Analisi Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh peneliti menggunakan pendekatan deduktif empirik, yaitu pola berfikir premis yang bersifat umum menuju konsepsi yang khusus, sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Setelah data-data terkumpul secara lengkap selanjutnya peneliti melakukan analisis dengan langkah-langkah yaitu :

- I. Mengumpulkan data yang diperoleh dari hasil observasi awal, wawancara dan dokumentasi serta menyusun data berdasarkan satuan- satuan perumusan masalah;
- II. Setelah data terkumpul kemudian diklasifikasikan menurut jenisnya masing- masing;
- III. Setelah data tersebut telah diklasifikasikan, kemudian hubungkan satu dengan yang lainnya yaitu data hasil wawancara dan data yang diperoleh dilapangan;
- IV. Kemudian dianalisis;
- V. Menarik kesimpulan berdasarkan teori-teori pengawasan.

I. PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM

Contoh-contoh Judul Penelitiannya yaitu :

1. Karakteristik dan Orientasi Hidup Masyarakat Islam di Desa Cikeusi Kecamatan Darmaraja Kabupaten Sumedang.

I. Peran Kiyai Mukhlis dalam Pengembangan Masyarakat Islam.

a. Pemberdayaan Masyarakat Islam melalui Perwujudan Ukhuwah Islamiyah.

e. Pengaruh Krisis Moneter terhadap Perubahan Perilaku Sosial Keagamaan

Masyarakat: Kasus di Dusun Cikoneng-Cibiru Kabupaten Bandung.

f. Pengaruh Etos Berwirausaha terhadap Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat.

g. Optimalisasi Penyelesaian Konflik Antaretnis dalam Menciptakan Kerukunan Bermasyarakat.

h. Pengaruh Industrialisasi terhadap Sanitasi Lingkungan.

Judul Penelitiannya :

**PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF BERBASIS *HOME INDUTRY* DI MASYARAKAT
PENGRAJIN UKIRAN KAYU DESA CIBEUSI JATINANGOR-SUMEDANG**

Oleh : Rini Nurjanah NIM: 1211404023

PROPOSAL PENELITIAN

I. Latar Belakang Masalah

Dalam rangka mengembangkan pembangunan ekonomi secara luas dibutuhkan suatu agenda pembangunan ditingkat daerah. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran pemerintah dalam melakukan upaya pemberdayaan masyarakat agar dapat membentuk masyarakat yang kuat dalam berbagai

bidang salah

satunya dalam bidang ekonomi. Dimana pemberdayaan ekonomi masyarakat dinilai penting sebagai suatu proses tolak ukur kesejahteraan suatu masyarakat.

Berbeda dengan perkembangan ekonomi zaman dulu yang dinilai stagnan dan masih bersifat tradisional, pengembangan ekonomi saat ini diperlukan kreativitas dan inovasi-inovasi baru bagi pelaku usaha baik dalam pengembangan produk maupun jasa. Kreativitas dan inovasi baru diperlukan untuk memenangkan persaingan dalam berbagai aktivitas ekonomi yang saat ini lebih mengerah pada ekonomi liberal atau ekonomi bebas.

Dalam rangka pemberdayaan dan pengembangan ekonomi masyarakat, dipaparkan dalam Instruksi Presiden No 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2009-2015, bahwa dalam rangka menciptakan lapangan kerja dan mengentaskan kemiskinan diperlukan pengembangan ekonomi kreatif guna mengatasi jumlah kemiskinan agar tidak semakin bertambah. Pengembangan ekonomi kreatif banyak ditentukan oleh perkembangan industri-industri kreatif di Indonesia.

Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia salah satunya ditandai dengan berkembangnya *home industry* dimasyarakat. *Home industry* merupakan industri kecil dimana terdapat usaha produksi barang atau jasa yang dilakukan di rumah-rumah dengan skala produksi kecil.

Industri kecil atau *home industry* sangat bermanfaat bagi masyarakat, terutama penduduk golongan ekonomi lemah, karena sebagian besar pelaku industri kecil adalah penduduk golongan tersebut.

Industri kecil mempunyai manfaat yang besar, karena: 1. Dapat memberikan lapangan kerja pada penduduk pedesaan yang umumnya tidak bekerja secara utuh; 2. Memberikan tambahan pendapatan tidak saja bagi pekerja

atau kepentingan keluarga, tetapi juga anggota keluarga lain; 3. Dalam beberapa hal mampu memproduksi barang-barang keperluan penduduk setempat dan daerah sekitarnya secara lebih efisien dan lebih murah dibanding industri besar.

Dari uraian diatas, *home industry* mempunyai peluang yang sangat besar dalam memberdayakan ekonomi masyarakat. Namun dalam beberapa hal, *home industry* dipandang belum mencukupi kebutuhan masyarakat sehingga sebagian besar masyarakat kurang berminat dalam menekuni usaha ini. Kebanyakan masyarakat lebih berminat bekerja sebagai pegawai atau buruh yang dinilai lebih praktis dan tidak perlu menyiapkan modal besar. Hal ini dapat dilihat dari data Badan Pusat Statistika (BPS) pada tahun 2014 yang menyatakan bahwa penduduk Indonesia yang bekerja menurut pekerjaan utama dari 118,17 juta orang yang bekerja pada Februari 2014, status pekerjaan utama terbanyak adalah sebagai buruh/karyawan sebesar 43,35 juta, sedangkan orang yang berusaha sendiri dibantu karyawan tidak tepat hanya berkisar 19,74 juta orang saja. Berusaha sendiri dibantu karyawan tidak tetap adalah status pekerjaan bagi mereka yang bekerja sebagai orang yang berusaha atas resiko sendiri dan dalam usaha mempekerjakan buruh tidak tetap. Contohnya, usaha kecil yang dibantu oleh orang-orang terdekat. Dari fakta tersebut, dikhawatirkan masyarakat Indonesia akan selamanya bermental buruh dan tidak memiliki keinginan untuk memberdayakan dirinya. Padahal potensi masyarakat Indonesia lebih dari cukup untuk meningkatkan tarap ekonomi masyarakatnya, tinggal

bagaimana masyarakat mempunyai keahlian dan keinginan untuk menggali dan mengembangkan potensi diri dan lingkungan disekitarnya.

Masalah lain yang dihadapkan pada pengembangan *home industry* di Indonesia adalah beberapa produk *home industry* masyarakat yang cenderung monoton dan tidak berdaya saing, sehingga terkalahkan oleh produk industri-industri asing. Oleh karena itu, diperlukan ide-ide kreatif untuk memunculkan produk baru yang unik sehingga tidak kalah bersaing dengan industri-industri asing yang menjamur di Indonesia.

Kajian seputar *home industry* sangat penting dalam rangka mencari model pemberdayaan ekonomi masyarakat yang efektif. *Home industry* bergerak dalam kegiatan industri kecil yang dilakukan masyarakat secara mandiri, yaitu masyarakat menggunakan modal yang ada dalam diri dan lingkungannya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam berbagai bidang. Pengembangan *home industry* yang sarat akan kemandirian diri dalam pengembangan ekonominya sesuai dengan konsep pemberdayaan masyarakat, yaitu:

1. Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga memiliki kebebasan, dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan.
2. Menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang jasa yang mereka perlukan, dan

3. Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka.

Kajian *home industry* juga menjadi wadah yang tepat dalam mengembangkan ekonomi kreatif, karena pada dasarnya ekonomi kreatif berfokus pada pergerakan industri di Indonesia termasuk didalamnya industri kecil. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakan oleh industri kreatif yang mengutamakan peran kekayaan intelektual. Industri kreatif menggunakan modal kreativitas ide dan gagasan pelaku industri untuk mengembangkan industrinya.

Industri kecil dapat dikatakan termasuk kedalam ekonomi kreatif jika mempunyai model-model sebagai berikut:

1. Kreasi dan gagasan untuk mengembangkan usaha dan peluang usaha baru.
2. Kreasi dan gagasan untuk mengembangkan output (produk baru) dan mengkombinasikan input (bahan baku).
3. Kreasi dan gagasan untuk mengembangkan teknologi atau metode untuk mengembangkan produk dan pemasaran produk.
4. Kreasi atau gagasan untuk menciptakan produk, melalui proses perbaikan terus menerus.

Pengembangan ekonomi kreatif dapat menjadi salah satu hal penting dalam upaya dan strategi pengembangan masyarakat. Karena itulah, kajian seputar *home industry* sebagai salah satu pengembangan ekonomi kreatif di masyarakat menjadi menarik untuk diteliti dan dikaji lebih jauh,

terutama terkait erat dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat secara keseluruhan.

Kajian seputar *home industry* juga dapat menghasilkan kajian baru terkait dengan model pemberdayaan masyarakat yang sesuai dengan kondisi masyarakat di Indonesia. *Home industry* tidak memerlukan modal yang banyak sehingga dapat dilakukan oleh berbagai kelompok masyarakat. Selain itu *home industry* juga tidak memerlukan pendidikan yang tinggi karena yang diperlukan adalah kreativitas dan keahlian menggali potensi diri dan lingkungannya sehingga dapat dilakukan oleh masyarakat yang memiliki pendidikan rendah.

Kajian mengenai *home industry* kreatif juga penting dilakukan untuk menyiapkan masyarakat yang mampu bersaing dalam berbagai kegiatan ekonomi. Salah satunya bersaing pada Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang akan dimulai pada tahun 2015 ini, sehingga masyarakat Indonesia terbebas dari mental buruh maupun mental konsumen dan menjadi masyarakat produksi yang berkembang di negaranya sendiri.

Selain itu industri kreatif juga dapat melatih masyarakat untuk menggali potensi yang sangat berlimpah dalam diri dan lingkungannya, untuk kemudian melakukan usaha secara mandiri sehingga masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dan berakhir pada kesejahteraan masyarakat yang menyeluruh.

Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis *home industry* dapat dijadikan model baru dalam pemberdayaan ekonomi karena sesuai dengan konsep pemberdayaan masyarakat secara umum. Konsep industri kreatif dalam pengembangan usahanya lebih menekankan pada kemampuan masyarakat dalam mengolah ide dan kreatifitas agar tercipta suatu produk yang bernilai jual dan bernilai saing. Hal ini sesuai dengan kondisi masyarakat Indonesia yang mempunyai modal lebih dari cukup untuk mengembangkan ekonominya.

Selanjutnya, dengan adanya kajian mengenai *home industry* berbasis ekonomi kreatif, masyarakat akan lebih tertarik untuk mengembangkan *home industry* sesuai dengan potensi dan modal yang dimilikinya.

Konsep pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis *home industry* mulai berkembang di masyarakat Desa Cibeusi. Secara umum, masyarakat Desa Cibeusi bekerja pariatif sebagai buruh, pekerja sipil, pedagang dan pekerjaan lainnya, tetapi kebanyakan masyarakatnya bekerja dalam mengembangkan usaha kreatif di bidang kerajinan ukiran kayu. Inovasi ini dimiliki oleh masyarakat Desa Cibeusi dari tahun 1968 sebagai pengimplementasian keahlian mereka secara turun temurun dalam kerajinan mengukir kayu. Keahlian ini kemudian dikembangkan dengan kreativitas dan ide-ide baru untuk menciptakan produk yang lebih unik, kreatif dan bernilai jual. Indikasi kreatif pada *home industry* masyarakat desa Cibeusi dapat dilihat dari keahlian masyarakat mengolah bahan baku berupa kayu yang biasanya dijadikan bahan bangunan, *furniture*, atau dijual mentah, diolah menjadi produk baru yang berupa benda-benda seni yang dapat dijual dengan harga yang lebih menguntungkan dan mendapat mangsa pasar yang lebih luas. Selain itu, ciri khas seni mengukir yang lebih halus dibandingkan dengan ukiran didaerah lain juga menjadi ciri khas yang menonjol dari ukiran masyarakat Desa Cibeusi. Oleh karena itu, tidak heran jika *home industry* kerajinan tangan masyarakat Cibeusi mampu bersaing dan berhasil mengeksport karya-karyanya ke daerah-daerah Indonesia bahkan sampai ke luar Indonesia.

Home industry berbasis ekonomi kreatif masyarakat Cibeusi yang mendayagunakan potensi disekitarnya dan memaksimalkan sumber daya manusia untuk kreatif mengolah ide dan gagasan dalam menciptakan produk yang bernilai jual, menjadi inspirasi bagi masyarakat lainnya untuk mengembangkan industri kreatif dalam rangka

memberdayakan dan meningkatkan kemampuan ekonomi di masyarakat. Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis *home industry* di masyarakat pengrajin ukiran kayu Desa Cibeusi mendapat perhatian lebih untuk dijadikan sebagai bahan penelitian.

I. Rumusan Masalah

Uraian di atas menunjukkan bahwa *home industry* sebagai salah satu model pengembangan ekonomi kreatif dapat dilihat dari beberapa indikator, diantaranya: 1. Adanya kreasi atau gagasan dari pelaku usaha dalam mengembangkan usaha atau peluang baru, 2. Adanya kreasi atau ide dari pelaku usaha dalam mengembangkan produk baru dan mengkombinasikan input, 3. Adanya kreasi atau gagasan dari pelaku usaha untuk menemukan teknologi dan model baru dalam pengembangan dan pemasaran produk, dan 4. Adanya kreasi atau gagasan dari pelaku usaha untuk melakukan peningkatan kualitas produk secara *continue*. Oleh karena itu, yang menjadi fokus pertanyaannya adalah:

1. Bagaimana produk *home industry* yang dikembangkan masyarakat Desa Cibeusi yang mengarah pada pengembangan usaha baru?
2. Bagaimana kreativitas masyarakat Desa Cibeusi dalam pengembangan produk *home industry* baru?
3. Bagaimana pengembangan teknologi dan model *home industry* masyarakat Desa Cibeusi dalam pengembangan dan pemasaran produk?
4. Bagaimana strategi peningkatan produk secara *continue* pada *home industry* masyarakat Desa Cibeusi?

I. Tujuan Penelitian

a. Untuk mengetahui model *home industry* yang dikembangkan masyarakat Desa Cibeusi dalam bentuk produk yang mengarah pada pengembangan usaha baru.

b. Untuk mengetahui kreativitas masyarakat Desa Cibeusi dalam pengembangan produk *home industry* baru.

c. Untuk mengetahui pengembangan teknologi dan model *home industry* masyarakat Desa Cibeusi dalam pengembangan dan pemasaran produk.

d. Untuk mengetahui strategi peningkatan produk secara *continue* pada *home industry* masyarakat Desa Cibeusi.

I. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan menjadi ilmu pengetahuan dan memberikan sumbangsih pemikiran mengenai model pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *home industry* berbasis ekonomi kreatif.

b. Kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pembuat kebijakan, pekerja sosial, para praktisi pengembangan masyarakat mengenai model pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *home industry* berbasis ekonomi kreatif.

I. Tinjauan Pustaka

Untuk mengetahui keaslian skripsi ini, perlu dilakukan peninjauan terhadap beberapa penelitian terdahulu atau penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan. Beberapa penelitian tersebut diantaranya:

1. Wahyuniarso (2013), fokus skripsi ini adalah tentang masalah permodalan, pemasaran dan sumber daya manusia (SDM) dalam pengembangan *home industry* kripik di dusun Karangbolo desa

Lerep kabupaten

Semarang. Hasil penelitiannya menemukan bahwa Kondisi SDM pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang dalam kondisi buruk. Kondisi teknologi dalam kondisi sangat buruk. Kondisi permodalan dalam kondisi buruk. Kondisi pemasaran dalam kondisi kurang baik.

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan analisis matrik SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk memberdayakan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang adalah dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang di sebabkan oleh ancaman-ancaman.

2. Dani (2013), fokus skripsi ini adalah tentang menggali berbagai informasi yang berkaitan dengan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Semarang dalam rangka merumuskan solusi untuk pengembangannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM kreatif di Kota Semarang belum dapat dijadikan sebagai penopang utama perekonomian di Kota Semarang. Hal tersebut dikarenakan industri besar lebih mendominasi di kota ini. UMKM kreatif di Kota Semarang memiliki kemampuan yang terbatas serta mengalami permasalahan dalam pengembangan usahanya. Hal ini menyebabkan UMKM kreatif belum mampu memberikan ciri khas tersendiri bagi Kota Semarang. Permasalahan yang dihadapi UMKM kreatif di Kota Semarang antara lain permodalan, bahan baku dan faktor produksi, tenaga kerja, biaya transaksi,

pemasaran, dan HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual). UMKM berbasis ekonomi kreatif memerlukan kerja sama dari berbagai pihak untuk mencapai kemajuan di dunia usaha. Tidak hanya pemerintah dan pelaku UMKM itu sendiri, tetapi juga masyarakat perlu turut serta mengembangkannya.

3. Toyyib Alamsyah (2014), fokus skripsi ini adalah dampak social dan ekonomi terhadap kaum perempuan di Kampung Celeban, Kelurahan Tahunan, Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini adalah dampak dari proses pemberdayaan tersebut adalah adanya peluang kerja baru dan peningkatan pendapatan keluarga, munculnya jiwa wirausaha serta mencetak kader pelatih dan melatih kegiatan berorganisasi.

VI. Kerangka Pemikiran

Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*), berasal dari kata '*power*' (kekuasaan atau keberdayaan). Pemberdayaan merujuk pada bagaimana seseorang memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasarnya dengan mandiri. Kekuatan atau keberdayaan masyarakat di kelompokan menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga memiliki kebebasan, dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan.
2. Menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan

pendapatannya dan memperoleh barang-barang jasa yang mereka perlukan.

3. Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka.

Pemberdayaan juga merupakan proses mengembangkan, memandirikan, menswadayakan, memperkuat posisi tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan-kekuatan penekan di segala bidang dan sektor kehidupan.

Pemberdayaan masyarakat pada hakikatnya mempunyai dua pengertian yang saling berkaitan, yaitu:

1. Peningkatan kemampuan, motivasi dan peran semua unsur masyarakat agar dapat menjadi sumber yang langgeng untuk mendukung semua bentuk usaha kesejahteraan social.

2. Memanfaatkan sumber masyarakat yang telah ditingkatkan kemampuan, motivasi, dan perannya.

Pemberdayaan dalam Islam dapat dikatakan sebagai dakwah *bil-amal*.

Dakwah lebih menekankan pada pengorganisasian dan pemberdayaan sumber daya manusia (khalayak dakwah) dalam melakukan berbagai petunjuk ajaran Islam (pesan dakwah), menegakkan norma sosial budaya (*ma'ruf*) dan membebaskan kehidupan manusia dari berbagai penyakit sosial (*munkar*), dengan kata lain dakwah yaitu mengorganisasikan kehidupan manusia dalam menjalankan kebaikan, menunjukannya ke jalan yang

benar dengan menegakkan norma sosial budaya dan menghindarkannya dari penyakit sosial.

Pemberdayaan jika dikaitkan dengan ilmu dakwah merupakan dakwah kekinian yang sangat efektif.

Karena muatan dakwah *bil-amal* ini bukan hanya sekedar spiritual saja tapi mencakup pada penataan kehidupan yang lebih nyata.

Dari konsep pemberdayaan diatas, pemberdayaan masyarakat berpusat pada kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka yang tidak kalah penting untuk diberdayakan adalah ekonomi masyarakat. Keberdayaan masyarakat dari segi ekonomi akan berkaitan dengan keberdayaan masarakat dalam bidang lainnya. Oleh karena itu, wajar jika ekonomi menjadi alat ukur utama dalam menentukan keberdayaan dan kesejahteraan suatu kelompok masyarakat, kemudian muncul konsep pemberdayaan ekonomi masyarakat, dimana fokus pemberdayaan adalah kemampuan masyarakat dalam bidang ekonomi.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat bergerak pada penguatan pemilikan faktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji/upah yang memadai, dan penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan ketrampilan, yang harus dilakukan secara multi aspek, baik dari aspek masyarakatnya sendiri, maupun aspek kebijakannya.

Konsep pemberdayaan ekonomi masyarakat dinilai berhasil menjawab permasalahan kesejahteraan masyarakat saat ini. Menurut Badan Statistika pekerjaan utama masyarakat Indosnesia adalah buruh. P adahal jika di telaah lebih seksama,

masyarakat mempunyai potensi yang sangat besar baik dalam dirinya sendiri maupun disekitarnya untuk diolah menjadi sumber penghasilan ekonomi.

Pola ekonomi demikian antara lain ditandai oleh kuatnya posisi kelas *kapitalis trasional*. Hal ini dilihat dari fakta system perekonomian yang berkembang saat ini, masyarakat Indonesia dihadapkan pada persaingan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dengan system ekonomi yang cenderung kapitalis. Jika tidak di siapkan secara serius, masyarakat Indonesia hanya akan menjadi budak ekonomi asing dan berperan sebagai buruh kembali.

Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakan oleh industri yang mengutamakan peran kekayaan intelektual. Pada hakikatnya ekonomi kreatif mengutamakan kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, memiliki nilai serta bersifat komersial. Hakikat dari ekonomi kreatif adalah:

Creativity in this context refers to the formulation of new ideas and to the application of these ideas to produce original works of art and cultural products, functional creation, observable in the way it contributes to entrepreneurship, fosters innovation, enchaces *productivity and promotes economic growth*.

Secara etimologi, kata kreatifitas yang dalam bahasa Inggris "*Creativity*" asal mulanya berasal dari bahasa latin yaitu

'creo' yang artinya 'menciptakan atau membuat'. Kreatifitas muncul apabila seseorang mengerjakan sesuatu, melakukan tindakan, menciptakan sesuatu, yang tadinya tidak ada atau memberikan karakter tertentu.

Kreativitas merupakan implementasi penggunaan akal bagi manusia. Manusia adalah satu-satunya ciptaan Tuhan yang diberikan kesempurnaan akal, maka wajib bagi manusia menggunakan akal untuk memaknai berbagai hal. Allah berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 164:

Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, silih bergantinya malam dan siang, bahtera yang berlayar di laut membawa apa yang berguna bagi manusia, dan apa yang Allah turunkan dari langit berupa air, lalu dengan air itu Dia hidupkan bumi sesudah mati (kering)-nya dan Dia sebarkan di bumi itu segala jenis hewan, dan pengisaran angin dan awan yang dikendalikan antara langit dan bumi; sungguh (terdapat) tanda-tanda (keesaan dan kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan” (Q.S Al-Baqarah : 164)

Dalam Islam, kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan berbagai perubahan. Karena Islam menyerahkan kepada manusia dalam hal menciptakan perubahan itu sendiri, karena itulah Allah berfirman dalam salah satu ayatnya bahwa Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu yang merubahnya, bahkan peradaban Islam pun dimulai dari karya dan kreativitas.

Dilihat dari sudut pandang ekonomi, kreativitas lebih menunjukkan pada suatu tindakan kreasi manusia. Kreativitas menunjukkan suatu fenomena di mana seseorang menciptakan sesuatu yang baru, baik dalam bentuk barang dan jasa, pekerjaan seniman, maupun dalam bentuk pemecahan masalah.

suatu persoalan atau suatu kebaruan barang dan jasa yang memiliki nilai ekonomi.

Home industry erat kaitannya dengan berwirausaha. Salah satu upaya memberdayakan potensi ekonomi masyarakat yang mandiri adalah melahirkan sebanyak-banyak wirausaha baru.

Home industry dinilai sejalan dengan perkembangan ekonomi masyarakat Indonesia dalam tataran ekonomi mikro, karena dinilai sesuai dengan keadaan masyarakat saat ini. Untuk membangun *industry* dalam skala makro di butuhkan berbagai modal yang lebih kompleks. Sedangkan pemberdayaan ekonomi skala kecil dapat memadai kebutuhan dan kapasitas masyarakat Indonesia secara umum.

Home Industry dinilai efektif karena tidak memerlukan modal yang terlalu besar, teknologi yang terlalu canggih maupun pendidikan yang tinggi, karena itu pembinaan ekonomi jenis ini cocok untuk berbagai tingkatan masyarakat, khususnya masyarakat menengah kebawah.

Dalam melakukan penelitian mengenai pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *home industry* berbasis ekonomi kreatif, berikut adalah skema kerangka pemikirannya.

Gambar 1.1
Skema Kerangka Berpikir
Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui *Home Industry*
Berbasis Ekonomi Kreatif

I. Langkah-langkah Penelitian

Dalam melakukan penelitian mengenai peranan *home industry* berbasis ekonomi kreatif dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, maka dibutuhkan tahapan-tahapan yang sistematis untuk mempermudah penulisan. Tahapan-tahapan tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Cibeusi kecamatan Jatinangor, Sumedang. Adapun alasan yang menjadi bahan pertimbangan lokasi penelitian yaitu dapat diteliti secara ilmiah, data dapat diperoleh dengan mudah, dan lokasi

terhitung mudah dijangkau. Kemudian, peran masyarakat Desa Cibeusi Kecamatan Jatinangor sebagai pelaku *home industry* berbasis ekonomi kreatif dapat menjadi percontohan dan inspirasi untuk masyarakat dan pekerja sosial dalam pemberdayaan ekonomi.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode studi kasus (*case study*). Studi kasus digunakan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan. Metode ini dapat digunakan untuk semua unit sosial seperti individu, kelompok, lembaga, komunitas maupun untuk peristiwa, keadaan dan sebagainya.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk memahami objek yang diteliti. Metode ini bukan sekedar untuk menggambarkan dan memaparkan keadaan dilapangan, tapi juga menganalisis bagaimana keadaan objek penelitian dan bagaimana terjadi kasus dalam objek penelitian. Melalui metode ini dilakukan studi bagaimana *home industry* berbasis ekonomi kreatif dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi masyarakat.

3. Jenis Data

Data adalah hasil pencatatan penelitian, baik berupa fakta maupun angka. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang berfungsi untuk mencari data tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *home industry* berbasis ekonomi kreatif di Cibeusi.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dapat berupa orang, buku, dokumen dan sebagainya. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

I. Sumber data primer, yaitu data utama yang diperoleh langsung dari responden, meliputi: *Pertama*, pengelola kelompok *home industry* pengrajin kayu Cibeusi untuk mengetahui sejarah, perkembangan, dan strategi peningkatan kualitas anggota pengrajin kayu dan perkembangan *home industry*, meliputi pemasaran, peningkatan produk dan sebagainya. *Kedua*, Masyarakat pengrajin kayu desa Cibeusi untuk mengetahui ide dan kreativitas pengembangan produk baru dari *home industry* kerajinan kayu teradap pemberdayaan ekonomi.

II. Sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari catatan lapangan, seperti data kependudukan desa Cibeusi serta study kepustakaan dari berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

I. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data secara langsung. Menurut Suharsimi Arisanto dalam menggunakan metode observasi yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrument. Langsung mengamati keadaan dilapangan untuk mengetahui keadaan objektif di lapangan.

I. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan dengan cara bertatap muka secara langsung, bercakap-cakap secara lisan dengan sumber data.

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data sesuai tujuan penelitian. Adapun responden dalam penelitian diambil berdasarkan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan responden dengan pertimbangan tertentu, dimana responden dianggap paling tahu tentang persoalan yang diteliti. Oleh karena itu, dilakukan wawancara kepada koordinator pengrajin kayu Balantrax dan masyarakat pengrajin kayu.

I. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data untuk mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya. Dokumentasi berguna untuk mengetahui data-data yang berkaitan dengan keberhasilan *home industry* berbasis ekonomi kreatif dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Adapun data yang ingin diperoleh melalui teknik ini adalah kondisi objektif masyarakat pengrajin kayu Cibeusi, demografi masyarakat Cibeusi dan perkembangan *home industry* masyarakat pengrajin Cibeusi.

6. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah

dipahami dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain.

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, dimana analisa data tersebut dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sehingga datanya sudah jenuh. Adapun aktivitas analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

I. Klasifikasi Data

Data yang telah diperoleh melalui proses pengumpulan data kemudian diklasifikasikan kedalam beberapa kategori, diantaranya:

1. Data mengenai *home industry* yang dikembangkan masyarakat desa Cibeusi dalam bentuk produk yang mengarah pada pengembangan usaha baru.
2. Data mengenai kreatifitas masyarakat Desa Cibeusi dalam pengembangan produk *home industry* baru.
3. Data mengenai pengembangan teknologi dan model *home industry* masyarakat Desa Cibeusi dalam pengembangan dan pemasaran produk.
4. Data mengenai strategi peningkatan produk secara *continue* pada *home industry* masyarakat Desa Cibeusi.

Klasifikasi data sangat diperlukan dalam memilah data sesuai dengan kategori penelitian untuk kemudian memudahkan dalam pengintrepretasian data..

I. Interpretasi Data

Data yang sudah diklasifikasikan kemudian diintrepretasikan dengan menggunakan teori-teori yang relavan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai pemberdayaan

ekonomi masyarakat, ekonomi kreatif dan *home industry*.

I. Kesimpulan

Setelah data yang telah terkumpul diklasifikasikan dan diinterpretasikan, langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Tahap ini dilakukan untuk mempermudah menguasai data.

I. JURNALISTIK

Contoh-contoh Judul Penelitian yaitu :

I. Karakteristik Majalah Media Pembinaan sebagai Sarana Informasi bagi Karyawan Kementerian Agama.

- a. Peran Majalah Hidayah sebagai Motivator Masyarakat dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan.
- b. Mitos Abdurrahman Wahid dalam Republika.
- c. Lingkup Kerja Bagian Iklan di Tabloid Mitra Bisnis.
- d. Karikatur pada Media Cetak.
- e. Unjuk Rasa sebagai Media Komunikasi Politik Alternatif.
- f. Pengaruh Tayangan X Faktor di RCTI terhadap Minat Bernyanyi Siswa Kelas VIII SMPN 1 Jatinangor Kabupaten Sumedang.

Contoh penelitiannya :

RESPONS MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI JURNALISTRIK ANGKATAN 2012 TERHADAP VIDEO

KASUS USTADZ HARIRI DALAM YOUTUBE (Penelitian terhadap Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung)

Oleh : Siti Maryam Nurul Ulya NIM: 1210405095.

PROPOSAL PENELITIAN

I. Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, media massa sebagai sarana informasi pun mengalami perkembangan. Berawal dari media cetak kemudian media elektronik, hingga pada saat ini telah dikenal suatu

bentuk media baru, yaitu media internet. Media internet yang merupakan media baru dalam sejarah perkembangan media massa, biasa juga disebut dengan istilah media online. Adanya media online tersebut, membuat kebutuhan masyarakat akan informasi pun semakin mudah terpenuhi. Media online merupakan media yang dikemas dalam bentuk yang sederhana, serta tidak memiliki batasan ruang dan waktu. Bahkan saat ini media online dapat diakses kapan pun dan dimana pun. Selain itu, media online juga dapat diakses oleh siapa pun selama tersedia jaringan yang dapat menghubungkan orang tersebut ke internet.

Kemudahan masyarakat dalam mengakses internet itu juga menyebabkan terus bertambahnya jumlah pengguna internet, seperti hasil survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melalui wawancara dan kuisioner yang dilakukan di 42 kota di 31 provinsi di Indonesia antara April hingga Juli 2012 dengan jumlah responden 2.000 orang yang berasal dari kategori umur 12-65 tahun, status ekonomi sosial A-C, bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2012 mencapai 63 juta orang atau 24,23 persen dari total populasi di Indonesia. Angka itu diprediksi naik sekitar 30 persen menjadi 82 juta pengguna dan terus tumbuh menjadi 107 juta pengguna pada 2014 dan 139 juta atau 50 persen total populasi pada 2015 (Kompas.com, diakses 22 November 2013). Media baru sebagai media online ternyata semakin menumbuhkembangkan jurnalisme warga (*citizen journalism*). Jurnalisme warga yakni proses pencarian, pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan oleh masyarakat biasa bukan wartawan profesional.

Perkembangan jurnalisme warga di Indonesia terjadi pada tahun 2004, ketika terjadi Tsunami di Aceh yang diliput sendiri oleh korban. Berita langsung dari korban dapat mengalahkan berita yang dibuat oleh jurnalis profesional.

Bahkan, video yang dibuat oleh warga saat kejadian ditayangkan oleh semua stasiun televisi (M. Romli, 2012:23).

Clyde H. Bentley guru besar madya Sekolah Tinggi Jurnalistik Missouri AS, menjelaskan perbedaan nyata antara jurnalis warga dan jurnalis profesional adalah seorang jurnalis warga menuliskan pandangannya atas suatu peristiwa karena didorong oleh keinginan untuk membagi apa yang dilihat dan diketahuinya. Sementara jurnalis profesional yang bekerja di media massa, melakukan liputan karena penugasan (Tigabelas.com, diakses 14 Januari 2014). Seiring dengan kemunculan dan perkembangan jurnalisme warga di Indonesia, memicu pula kemunculan media-media yang memfasilitasi para jurnalis warga. Hal tersebut, semakin mempermudah masyarakat terutama mahasiswa untuk melihat tayangan berita dari jurnalis warga, juga semakin mempermudah bagi jurnalis warga yang ingin menyiarkan hasil liputan mereka.

Salah satu media yang dapat dijadikan tempat untuk mencari atau menyebarkan berita-berita dari jurnalis warga yaitu YouTube. Pandangan Asep Romli (2012:24) citizen journalism tidak hanya berupa teks, bisa juga diproduksi dalam bentuk-audio-video yang bisa diunggah dan tersebar luas lewat situs YouTube. YouTube adalah situs sharing video yang didirikan pada Februari 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim yang dahulunya merupakan karyawan situs web sarana mata uang internet (*Paypad*) (Mulyana dan Islandsript, 2011:3). YouTube merupakan sebuah situs web video sharing di mana para penggunanya dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video, video tersebut juga dapat diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia secara gratis. Bahkan, kini YouTube menambahkan aplikasi terbarunya yang dapat membuat lebih mudah siapa pun yang memiliki kamera di ponselnya agar bisa menjadi sebuah berita video. Fitur ini dikembangkan agar jurnalisme warga dapat semakin berkembang.

Penyebaran hasil liputan melalui media lain, seperti televisi diperlukan waktu yang lebih, karena dibatasinya waktu sehingga berita dari jurnalis warga tidak dapat ditayangkan seluruhnya. Berbeda dengan media YouTube pengguna dapat menyaksikan beberapa tayangan sesuai keinginannya, karena YouTube merupakan salah satu media online, maka YouTube dapat dilihat berulang-ulang dan kapan saja tanpa dibatasi waktu, sedangkan pada media lain seperti televisi hanya bisa dilihat sekali. Selain itu, dengan mengakses media YouTube pengguna juga dapat melihat beberapa tayangan sesuai dengan keinginannya. YouTube juga dapat mempermudah media televisi untuk memperoleh video dari jurnalis warga tersebut. Hal ini, terbukti dari banyaknya tayangan televisi yang mengambil video untuk dijadikan sumber dalam tayangannya, sehingga YouTube dapat menjadi acuan media lain untuk mendapatkan peristiwa yang gagal mereka dapatkan.

Pada tahun 2001 Bill Kovach dan Tom Rosenstiel menerbitkan buku *The Element of Journalism* yang di dalamnya menyajikan sembilan elemen jurnalisme, kemudian pada tahun 2007 diterbitkan edisi revisi di mana mereka menambahkan elemen kesepuluh soal hak dan tanggung jawab warga (*citizen journalism*). Elemen kesepuluh muncul disebabkan oleh teknologi internet: blog, kamera telepon, YouTube, Facebook dan sebagainya.

Sebuah studi yang dilakukan oleh *Pew Research Center Project for Excellence in Journalism* menemukan bahwa YouTube menjadi sebuah platform utama untuk menyaksikan berita. Platform tersebut, para pemirsa beralih menjadi saksi mata dalam peristiwa besar dan bencana alam atau yang dikenal sebagai jurnalisme warga (*citizen journalism*). Hasil pemeriksaan mereka selama 15 bulan, pemirsa yang menonton tayangan berita di TV juga mengonsumsi tayangan berita di YouTube (Okezone.com, diakses 14 Januari 2014).

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik tentu saja perlu mengetahui berbagai informasi berita, termasuk juga informasi berita tersebut mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik dapat menggunakan media YouTube sebagai salah satu media dalam pencarian video berita yang diliput oleh jurnalis warga Baru-baru ini masyarakat ramai membicarakan kejadian mengamuknya Ustadz Hariri di panggung ketika sedang ceramah. Kejadian yang terjadi di Nagrek, Bandung pada 29 Januari 2014 tersebut bermula ketika Ustadz Hariri meminta kepada Entis (operator sound system) untuk membenarkan sound system yang bermasalah. Ustadz Hariri merasa tidak dihargai ketika Entis menjawab dengan nada yang tinggi, kemudian Ustadz Hariri meminta kepada Entis maju ke depan panggung untuk meminta maaf.

Seorang Ustadz yang merupakan salah satu panutan bagi masyarakat tentu saja dituntut memiliki sikap yang baik atau positif dan dapat memberikan contoh yang baik pula kepada masyarakat, karena sebagai salah seorang panutan tentunya seorang Ustadz harus harus dapat mempengaruhi masyarakat dengan sikap baiknya, sehingga masyarakat tentu akan banyak belajar dari kebaikan dari sosok seorang figur itu.

Video yang berjudul “Ustadz Hariri Ngamuk Kepada Operator Sound Diinjak dengan Lutut” direkam oleh warga yang hadir dalam acara tersebut, video yang berdurasi 3 menit tersebut disebarluaskan melalui media YouTube (http://www.youtube.com/watch?v=A-1_AVmDeBik). Melihat hal tersebut, peneliti merasa tertarik untuk mengetahui respons mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 terhadap video yang disebarluaskan oleh warga melalui YouTube. Respons biasa juga disebut dengan tanggapan, reaksi, jawaban. Menurut Kartini Kartono (1996) tanggapan adalah kesan-kesan yang dialami jika perangsang sudah tidak ada.

Berdasarkan hal tersebut, dalam penulisan ini penulis akan mengambil judul : “Respons Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Jurnalistik Angkatan 2012 terhadap Video Kasus Ustadz Hariri dalam YouTube”.

I. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah utama penelitian ini adalah bagaimana respons mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 terhadap video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube. Selanjutnya penelitian ini dibatasi pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana perhatian mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube ?
2. Bagaimana pemahaman mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube ?
3. Bagaimana penerimaan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube ?

I. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- I. Untuk mengetahui perhatian mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube.
- II. Untuk mengetahui pemahaman mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube.

III. Untuk mengetahui penerimaan mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube.

2. Kegunaan Penelitian

I. Manfaat Akademik

1. Sebagai bahan referensi dan memperkaya pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang jurnalistik yang berkaitan dengan jurnalisme warga.

2. Dapat memberi kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi jurnalistik, terutama yang berkenaan dengan masalah jurnalisme warga.

3. Dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik.

II. Manfaat Praktis

Secara praktis diharapkan dapat menjadi kerangka acuan dan landasan bagi peneliti lainnya.

I. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka diperlukan untuk mengetahui penelitian-penelitian sebelumnya yang mirip dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti meneliti mengenai respons. Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan respons sebagai berikut :

1. Judul Skripsi : Respon Remaja Warungjati RW 06 terhadap Newsfeed dalam Jejaring Sosial Facebook (Lulu Kholidah, 2012).

Skripsi tersebut menjelaskan tentang respons remaja Warungjati RW 06 menggunakan jejaring sosial *facebook* untuk mendapatkan informasi yang dimuat pada *newsfeed*.

Kesimpulan dalam skripsi tersebut berdasarkan penelitian yang dilakukan Lulu Kholidah yaitu setengah dari responden memiliki perhatian, pemahaman, dan penerimaan terhadap *newsfeed* dalam jejaring sosial *facebook*.

2. Judul Skripsi : Respon Masyarakat terhadap Siaran Keagamaan Dialog Islam melalui Radio Rama 104,7 FM Bandung (Iis Ismiati, 2005).

Skripsi tersebut menjelaskan tentang respons masyarakat Bojongloa Kidul terhadap siaran keagamaan dialog Islam di Radio Rama FM. Dalam skripsi tersebut peneliti meneliti bagaimana pemanfaatan radio sebagai media dakwah yang dapat diutamakan oleh para juru da'i sehingga para pendengar mendapatkan informasi dan hiburan dengan dilandasi nilai-nilai keislaman dan norma-norma sosial.

Kesimpulan dalam skripsi tersebut berdasarkan penelitian yang dilakukan Iis Ismiati yaitu siaran keagamaan dialog Islam di Radio Rama FM dapat dikatakan baik dan sangat efektif. Berdasarkan hasil penelitian peneliti juga menyebutkan bahwa perhatian masyarakat Bojongloa Kidul dalam menyimak siaran keagamaan dialog Islam sangat besar.

3. Judul Skripsi : Respon Masyarakat terhadap Berita Basa Sunda pada Televisi Republik Indonesia Jabar dan Banten (Ence Irin Ahman Hazarin, 2006).

Skripsi tersebut menjelaskan tentang bagaimana respons masyarakat RW 08 Kelurahan Cipadung terhadap berita basa Sunda yang disiarkan di televisi Republik Indonesia Jabar dan Banten.

Kesimpulan dalam skripsi tersebut berdasarkan penelitian yang dilakukan Ence Irin Ahman Hazarin yaitu masyarakat RW 08 Kelurahan Cipadung merespon baik (52,97 %) terhadap penggunaan bahasa Sunda pada program berita basa Sunda TVRI Jabar dan Banten. Isi-isi materi yang disampaikan mendapat respon cukup baik (36,76 %) dan

masyarakat merespon baik pembaca berita dalam program tersebut (46,12 %).

I. Kerangka Berpikir

Hadirnya teknologi media baru membawa kemudahan kepada masyarakat untuk mendapatkan informasi berita. Hal baru dalam new media antara lain informasi yang tersaji bisa diakses atau dibaca kapan saja dan di mana pun, seluruh dunia, selama ada komputer dan perangkat lain yang memiliki koneksi internet (M. Romli, 2012:12-13). Sifat multimedia pada jurnalistik online menjadikannya sebagai jurnalistik masa depan, wartawan tidak hanya menyusun teks berita dan menampilkan photo, tapi juga melengkapinya dengan suara dan gambar (audio-video) (M. Romli, 2012:18).

Individu manusia berperan serta sebagai pengendali antara stimulus dan respons sehingga yang menentukan bentuk respons individu terhadap stimulus adalah stimulus dan faktor individu itu sendiri (Azwar, 1988). Komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, yang berarti dapat menimbulkan kesenangan, memengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan (Rakhmat, 2005:13).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori S-O-R yaitu stimulus (pesan), organism (komunikasi), respons (efek). Teori ini beranggapan bahwa tingkah laku sosial dapat dimengerti melalui suatu analisa dari stimuli yang diberikan dan dapat mempengaruhi reaksi yang spesifik dan didukung oleh hukuman maupun penghargaan sesuai dengan reaksi yang terjadi (Mar'at, 1982:26). Dengan menggunakan teori ini peneliti mengungkapkan bagaimana respons mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 terhadap video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube, ada tiga variabel penting dalam mempelajari sikap yang baru yaitu: perhatian, pemahaman, dan penerimaan, sebagaimana gambar di bawah ini adalah :

Gambar 1.1

Teori S-O-R

Berdasarkan judul pada penelitian ini, maka terdapat dua variabel yaitu variabel bebas X dan variabel Y. Variabel X yaitu video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube yang meliputi isi informasi. Variabel Y yaitu respons mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 yang meliputi perhatian, pemahaman, dan penerimaan.

Bagan 1.2

Hubungan antara Variabel Penelitian

I. Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban teoretis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik dengan data (Sugiono, 2013:96). Pada kesempatan ini peneliti mengemukakan hipotesis terhadap masalah yang ditinjau yaitu :

Terdapat korelasi yang signifikan antara variabel X (video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube) dan variabel Y (respons mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012).

I. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dijadikan objek penelitian ini adalah Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian dilakukan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012.

2. Metode Penelitian

I. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survai, Menurut Fraenkel dan Wallen (dalam Nurul Zuriah, 2007) bahwa penelitian survei merupakan penelitian yang mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakan melalui angket atau interview agar nantinya menggambarkan sebagai aspek dari populasi. Sementara karena penelitian yang diteliti merupakan peristiwa atau kejadian yang terjadi pada saat penelitian dilakukan dan untuk menganalisisnya data dilakukan dengan analisis statistik.

3. Populasi dan Sampel

I. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2013). Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2012 sebanyak 155 mahasiswa.

II. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 2013). Apabila subnyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Kija jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15 % atau 20-25 % atau lebih (Suharsimi Arikunto, 2005). Sampel dalam penelitian ini diambil dari jumlah populasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 sebanyak $155 \times 30\% = 45,5$ dibulatkan menjadi 46 responden. Hasil perhitungan tersebut dijadikan sampel penelitian.

4. Sumber Data

I. Sumber Data Primer yaitu mahasiswa, karena untuk mengetahui seberapa besar respons terhadap video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube tersebut

dibutuhkan mahasiswa untuk mengisi data melalui angket yang digunakan dalam penelitian ini.

II. Sumber Data Sekunder yaitu buku-buku yang dapat mendukung peneliti dalam penelitian.

Buku tersebut, peneliti jadikan referensi mengenai masalah yang diteliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data ini, peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

I. Observasi diartikan sebagai studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala alam dengan jalan pengumpulan dan pencatatan. Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data secara langsung dari sumber data primer diantaranya: melihat situasi lokasi dan suasana kegiatan. Teknik observasi ini digunakan untuk gejala-gejala yang terwujud dalam kegiatan sehari-hari. Penelitian gejala yang diamati ialah seluruh aktifitas subyek.

III. Wawancara, teknik ini dimaksudkan untuk mengangkat data dan fakta yang belum tergali oleh teknik observasi. Selain itu teknik ini juga memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam lagi data-data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

IV. Studi Dokumen, untuk menunjang hasil penelitian digunakan buku-buku dan bahan-bahan yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti. Peneliti mencari dan mendayagunakan informasi yang terdapat dalam buku-buku tersebut terutama yang berkaitan langsung dengan objek teliti dan variabel. Dengan teknik ini diharapkan memperoleh teori atau konsep yang ada hubungannya dengan motivasi pimpinan terhadap peningkatan sumber daya manusia para pegawai secara umum.

V. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan

atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:142). Peneliti melakukan survei dengan cara menyebarkan angket yang berisi 27 item pertanyaan tentang respons serta persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 terhadap media YouTube sebagai salah satu media yang dapat digunakan dalam pencarian berita video dari jurnalis warga. Skala sikap yang digunakan dalam penelitian ini berupa skala likert. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

- I. Sangat setuju a. Selalu
- II. Setuju b. Sering
- III. Ragu-ragu c. Kadang-kadang
- IV. Tidak setuju d. Tidak pernah
- V. Sangat tidak setuju

- I. Sangat positif a. Sangat baik
- II. Positif b. Baik
- III. Negatif c. Tidak baik
- IV. Sangat negatif d. Sangat tidak baik

(Sugiyono, 2013:135)

Contoh skor untuk skala baik

Pernyataan sikap	Sangat setuju	Setuju	Tidak punya Pilihan	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Pernyataan positif	5	4	3	2	1

Pernyataan

negatif

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

(Sudjana, 2009:81)

6. Analisis Data

Data yang diperoleh dari angket yang disebarakan kepada responden tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis kuantitatif. Peneliti menggunakan teknik analisis kuantitatif karena untuk mengetahui seberapa besar respons mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik angkatan 2012 terhadap video kasus Ustadz Hariri dalam YouTube, diperlukan perhitungan dikarenakan data kuantitatif sendiri merupakan data yang berbentuk bilangan atau angka. Perhitungan yang dilakukan yaitu pada data yang diperoleh dari responden berdasarkan hasil penyebaran angket yang dilakukan peneliti. Setelah data terkumpul maka dilakukan tabulasi data dengan menggunakan skala Likert 4-3-2-1. Dalam penelitian ini ditentukan presentasi melalui rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

Keterangan :

P = Angka persentase

F = Frekuensi jawaban

N = Jumlah data

% = Bilangan tetap (Sudijono, 1997:40)

Berdasarkan pada rumusan di atas data yang didapatkan dianalisis dan ditafsirkan dengan pedoman yaitu :

100 % = Seluruhnya

90 % - 99 % = Hampir seluruhnya

60 % - 89 % = Sebagian besar

51 % - 59 % = Lebih dari setengahnya

50 % = Setengahnya

40 % - 49 % = Hampir setengahnya

10 % - 39 % = Sebagian kecil

1 % - 9 % = Sedikit

0 % = Tidak ada sama sekali

(Ahmad Supardi dan Wahyudin Syah, 1998:52)

Adapun cara mengolah data yang lainnya melalui :

I. Uji Validitas

Validitas ini berguna sebagai alat ukur kevalidan instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid. Untuk menentukan validitas digunakan rumus korelasi *product-moment* angka kasar, yaitu :

$$r^{XY} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : Sugiyono (2000:182) dalam Umi Narimawati (2007:87)

Dimana:

r^{XY} = koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y,

X = variabel Independen

Y = variabel dependen

n = Jumlah sampel

r^{XY} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Skor responden tiap item pertanyaan

Y = Skor item pertanyaan tiap responden

$\sum X$ = Jumlah skor seluruh responden tiap item pertanyaan

$\sum Y$ = Jumlah skor seluruh responden

N = Jumlah responden

(Suherman, 2003:120)

Interpretasi derajat validitas dapat dilihat pada tabel :

Skor	Kriteria
$0,90 < r^{xy} < 1,00$	Validitas sangat tinggi

$0,70 < r^{XY} < 0,90$	Validitas tinggi
$0,40 < r^{XY} < 0,70$	Validitas sedang
$0,20 < r^{XY} < 0,40$	Validitas rendah
$r^{XY} < 0,20$	Validitas sangat rendah
$r^{XY} < 0,00$	Tidak valid

(Suherman, 2003:113)

I. Uji Realibilitas

Realibilitas ini berguna untuk melihat taraf kepercayaan masing-masing soal. Realibilitas suatu tes atau alat evaluasi dimaksudkan sebagai suatu alat yang memberikan hasil yang tetap sama (konsisten, ajeg). Sebab suatu tes disebut reliabel jika hasil tes tersebut relatif tetap jika digunakan untuk subyek yang sama. Untuk mencari reliabilitas digunakan rumus alpha (Suherman, 2003:154) sebagai berikut :

Keterangan :

N = Banyak butir pertanyaan (item)

$\sum St^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

St^2 = Varians total

Interpretasi derajat reliabilitas yang digunakan dapat dilihat pada tabel :

Skor	Kriteria
$r^{11} < 0,20$	Sangat rendah

$0,20 < r^{11} < 0,40$	Rendah
$0,20 < r^{11} < 0,40$	Sedang
$0,20 < r^{11} < 0,40$	Tinggi
$0,20 < r^{11} < 0,40$	

	Sangat tinggi
--	---------------

(Suherman, 2003:139)

I. Uji Hipotesis

1. Menghitung nilai t hitung dengan menggunakan rumus :

$$t_{\text{hitung}} =$$

(Sudjana, 1996:380)

2. Mencari nilai t tabel dengan nilai taraf nyata 5 %
3. Pengujian hipotesis dengan ketentuan yaitu :
 - A. Hipotesis diterima jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$
 - B. Hipotesis ditolak jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$

Untuk melakukan analisis deskripsi data pada setiap sub variabel maka dilakukan pengkatagorian sesuai dengan pernyataan dari Redi Panuju (1995:45) bahwa untuk menentukan kategori tinggi, sedang dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum, maksimum dan intervalnya serta jarak intervalnya yaitu :

1. Nilai indeks minimum adalah nilai skor minimum dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimum adalah nilai skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks maksimum dengan nilai indeks minimum.
4. Jarak interval adalah dibagi jumlah jenjang yang diinginkan.

Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut :

Skor minimum dalam persentase

$$= \frac{\text{skor minimum}}{\text{skor maksimum}} \times 100 \%$$

skor maksimum

Skor maksimum dalam persentase

$$= \frac{\text{skor maksimum}}{\text{skor minimum}} \times 100 \%$$

skor maksimum

Interval dalam persentase = skor maksimum – skor minimum

Panjang interval dalam persentase = $\frac{\text{interval}}{\text{Jenjang}}$

Jenjang

I. Latihan-latihan

a. Coba buatlah desain penelitian yang Saudara anggap relevan dengan jurusan dan bersifat komprehensif serta sistematis ?

h. Buatlah proposal penelitian yang Saudara ketahui yang bersifat pendekatan kualitatif dan kuantitatif ?

i. Apakah perbedaan proposal penelitian bersifat kualitatif dan pendekatan kuantitatif jelaskan ?

j. Bagaimana pendapat Saudara tentang penelitian, mudah secara kualitatif atau kuantitatif, berikan alasan yang rasional ?

k. Bagaimana penelitian yang Saudara teliti di jurusan ada kendala ketidakmengertian atau sudah mengerti jelaskan secara komprehensif ?