

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah kegiatan mengajak dan menyeru manusia untuk melakukan perbuatan baik (*ma'ruf*) dan melarang melakukan perbuatan buruk (*munkar*) agar mereka mendapat kebahagiaan sesuai dengan petunjuk Allah SWT.

Dakwah dalam praktiknya merupakan kegiatan yang sudah cukup tua, yaitu sejak adanya tugas dan fungsi yang harus diemban oleh manusia di belantara kehidupan dunia ini. Dakwah dalam implementasinya, merupakan kerja dan karya besar manusia -baik secara personal maupun kelompok- yang dipersembahkan untuk Tuhan dan sesasamanya adalah kerja sadar dalam rangka menegakkan keadilan, meningkatkan kesejahteraan, menyuburkan persamaan, dan mencapai kebahagiaan atas dasar ridla Allah SWT. (Enjang AS, Aliyudin, 2009: 1)

Dalam termonologi sejarah Islam, dakwah adalah gerakan yang tertua, gerakan-gerakan dakwah sudah banyak lahir sejak zaman para Nabi. Jika dilihat dari konteks atau kategorisasi dakwah, maka dakwah dalam bentuk gerakan merupakan kategorisasi dakwah Hizbiyah (*Jama'ah*). Dakwah hizbiyah adalah proses dakwah yang dilakukan oleh *da'i* yang mengidentifikasikan dirinya dengan atribut suatu lembaga atau organisasi dakwah tertentu dengan *mad'u* para anggotanya atau orang lain di luar anggota.

Gerakan dakwah hizbiyah dalam bentuk organisasi atau lembaga keislaman kian hari semakin banyak bermunculan seiring semakin bertambahnya kesadaran umat untuk menyebarkan nilai-nilai ajaran Islam. Mulai dari organisasi dakwah

Islam yang sudah puluhan tahun berdiri dan bersyiar di seluruh penjuru Indonesia hingga organisasi dakwah Islam yang baru-baru lahir. Salah satu bentuk organisasi atau lembaga dakwah Islam yang sedang menjadi tren saat ini adalah dalam bentuk komunitas dakwah.

Komunitas dakwah merupakan sebuah kelompok sosial dari beberapa individu muslim dari berbagai latar belakang yang berbeda, umumnya memiliki ketertarikan dan tujuan yang sama untuk mensyiarkan ajaran Islam. Individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, resiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak". (Wenger, 2002: 4)

Setiap komunitas dakwah Islam memiliki gerakan dakwah yang berbeda-beda, sesuai dengan fokus dakwahnya masing-masing yang disesuaikan dengan sasaran dakwah. Umumnya komunitas dakwah yang saat ini sedang berkembang adalah komunitas dakwah kepemudaan, maksudnya komunitas yang didirikan dan diikuti oleh para pemuda pemudi Islam. Bentuk aktivitas dakwahnya pun beragam, misalnya melalui pengajian, mentoring, Tabligh Akbar, pelatihan-pelatihan, *fashion* busana muslim ataupun pakaian yang bertuliskan pesan dakwah, buku, musik, internet, aksesoris dan lain sebagainya, yang tidak lepas dari unsur-unsur dan nilai-nilai Islam. Selain itu sasarannya pun bermacam-macam, ada yang umum untuk masyarakat luas, atau khusus untuk pelajar dan mahasiswa, khusus anak-anak jalanan/punk, ataupun khusus hanya untuk para muslim atau muslimah saja.

Adapun salah satu komunitas dakwah khusus kaum muslimah adalah Komunitas *Great Muslimah*.

Komunitas *Great Muslimah* adalah komunitas para muslimah hijrah yang berproses melangkah bersama dengan karya untuk lebih mendekatkan diri kepada Sang Pencipta, Allah SWT. Komunitas *Great Muslimah* lahir sejak bulan Oktober 2012 yang didirikan oleh Febrianti Almeera dengan berpusat di Kota Bandung. Berfokus terhadap prestasi dan *inner beauty* dari seorang muslimah. Yang dimaksud *inner beauty* adalah pondasi-pondasi keislamannya, pemahaman terhadap dirinya sebagai muslimah, terhadap hijab yang dikenakan, dan lain sebagainya sebagai pegangan kuat muslimah dalam kehidupan untuk senantiasa semakin dekat kepada Allah.

Materi atau pesan dakwah yang disampaikan Komunitas *Great Muslimah* yaitu mengenai keseluruhan ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Secara global materi dakwah Komunitas *Great Muslimah* yakni tentang keimanan, keislaman dan *akhlaqul karimah* seorang muslimah. Kajian dakwah dalam bidang keimanan atau aqidah merupakan materi dakwah yang berkaitan dengan kepercayaan dan keyakinan kepada Allah SWT sehingga keyakinan tersebut yang mendorong para muslimah untuk berbuat amal sholeh. Kemudian materi keislaman, yaitu rangkaian ajaran yang menyangkut aktivitas muslimah di dalam semua aspek hidup dan kehidupannya, dalam rangka menaati semua peraturan atau hukum Allah. Sedangkan kajian mengenai *akhlaqul karimah* yaitu menyangkut tata cara berhubungan, baik secara vertikal dengan Allah, maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk-makhluk Allah,

juga sebagai penyempurna dari keimanan dan keislaman seorang muslimah yang taat.

Anggota Komunitas *Great Muslimah* terdiri dari berbagai latar belakang yang beragam, yaitu para mahasiswi yang mayoritas berasal dari Perguruan Tinggi umum, para muslimah yang berprofesi sebagai pengusaha, arsitek, model, dokter, penyanyi, musisi, penyiar, *entertainer*, guru dan lain-lain, tetapi memiliki kesadaran beragama yang tinggi.

Komunitas *Great Muslimah* Bandung memiliki berbagai kegiatan yang rutin dilakukan, diantaranya pertemuan rutin setiap pekan (*Meet Up Great Muslimah*), kegiatan seminar inspiratif atau *talkshow* setiap bulan (*Great Muslimah Show*), kegiatan *outbond* yang dilakukan enam bulan sekali (*Great Muslimah Military*) dan program *Training Muslimah Hijrah* yang dilaksanakan satu tahun sekali, juga masih banyak kegiatan-kegiatan lainnya. Kegiatan dakwah Komunitas *Great Muslimah* dilaksanakan di tempat-tempat umum seperti auditorium, *foodcourt*, *fashion hall*, balai kota, taman belajar, arena *outbond* dan sebagainya.

Dakwah sebagai kewajiban setiap muslim dapat dilakukan dengan berbagai metode yang diantaranya dengan media mimbar, buku, radio, televisi, koran, majalah, bulletin, film, musik juga internet. Komunitas *Great Muslimah* menggunakan salah satu diantaranya yakni internet dengan membuat sebuah *webs* dengan situs *www.greatmuslimah.com*. Kehadiran sebuah buku raksasa bernama WWW (*World Wide Web*) atau yang lebih dikenal dengan sebutan *web*, membuat banyak *da'i* baik individu maupun kelompok dapat membuat jutaan halaman bermuatan pesan-pesan dakwah.

Hadirnya internet melahirkan pula jejaring sosial. Beberapa tahun belakangan perkembangan jejaring sosial semakin pesat, semakin hari pengguna jejaring sosial bertambah dahsyat. Komunitas *Great Muslimah* pun tidak luput untuk memanfaatkan jejaring sosial sebagai media dakwah, pemanfaatan jejaring sosial twitter salah satunya. Dengan akun @GreatMuslimahID komunitas ini bisa lebih mudah untuk saling terhubung antar satu anggota dengan anggota lain yang tersebar di seluruh Tanah Air.

Program “Inspirasi Muslimah” bersama MQFM merupakan salah satu program Komunitas *Great Muslimah* Bandung yang bekerjasama dan disiarkan langsung oleh radio 102,7 MQFM Bandung setiap minggunya, radio pun dimanfaatkan oleh Komunitas *Great Muslimah* sebagai pilihan media syiar Islam. Bentuk media dakwah lainnya adalah dengan terbitnya buku “*Be A Great Muslimah*” karya Febrianti Almeera yang dilengkapi dengan mini album “*Be A Great Muslimah*”.

Fakta aktivitas dakwah Komunitas *Great Muslimah* itulah yang menjadikannya sebagai sebuah fenomena baru dalam dunia dakwah Islam khususnya dakwah para muslimah. Dari pemaparan diatas, penelitian ini berupaya untuk mencermati lebih jauh tentang metode dakwah, media dakwah, dan ciri khas dakwah Komunitas *Great Muslimah* Bandung. Maka, penelitian ini akan dituangkan dalam judul **FENOMENA DAKWAH KOMUNITAS GREAT MUSLIMAH BANDUNG.**

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, dapat dikemukakan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apa materi dakwah yang disampaikan Komunitas *Great Muslimah* Bandung?
2. Apa metode dakwah yang digunakan Komunitas *Great Muslimah* Bandung?
3. Apa media dakwah yang digunakan Komunitas *Great Muslimah* Bandung?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui apa materi dakwah yang disampaikan Komunitas *Great Muslimah* Bandung
2. Mengetahui apa metode dakwah yang digunakan Komunitas *Great Muslimah* Bandung
3. Mengetahui apa media dakwah yang digunakan Komunitas *Great Muslimah* Bandung

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Secara teoritis; diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai pengembangan pengetahuan ilmiah di bidang dakwah berkaitan dengan metode dan media dakwah, serta cirri khas atau tren dakwah dalam bentuk komunitas keislaman. Baik untuk perbandingan maupun dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian sejenis mengenai fenomena dakwah yang berkembang di Indonesia terutama dalam kajian penelitian di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Secara praktis: diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangan pemikiran kepada lembaga dakwah juga masyarakat luas dalam

mengingkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai hal-hal yang berkaitan dengan dakwah Islam.

1.4 Kerangka Pemikiran

Dakwah bermakna ajakan untuk memahami, mempercayai (mengimani), dan mengamalkan ajaran Islam, juga mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemunkaran (*amar ma'ruf nahyi munkar*). Pada hakikatnya dakwah adalah komunikasi hanya saja berbeda pada cara dan tujuan yang akan dicapainya. Dakwah juga mengharapkan komunikannya bersikap dan berbuat sesuai dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikatornya. Dakwah juga merupakan komunikasi yang khas yaitu pada cara pendekatannya dilakukan secara persuasif dan bertumpu pada *human oriented* (hikmah dan kasih sayang).

Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim tanpa terkecuali. Di tengah arus globalisasi ini, tantangan untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman kian berat. Kemajuan teknologi dan informasi yang kian pesat ditengah masyarakat membuat para mubaligh harus berfikir keras untuk merumuskan metode-metode dakwah yang lebih bisa dan mudah diterima oleh *mad'u* secara efektif.

Kegiatan dakwah sering dipahami sebagai upaya untuk memberikan solusi Islam terhadap berbagai masalah dalam kehidupan. Untuk itu dakwah haruslah dikemas dengan cara, metode dan media yang tepat dan pas, dakwah harus tampil secara aktual, faktual dan kontekstual. Oleh sebab itu, memilih cara, metode dan media yang tepat akan menghasilkan keberhasilan dakwah dan melahirkan tren atau ciri khas dakwah baru.

Seorang muslimah bisa berdakwah dengan banyak cara, melalui pakaian (*fashion*), tutur kata, perilaku dan lain sebagainya. Tak bisa dipungkiri, setiap

wanita senantiasa mendambakan kecantikan fisik. Tetapi ingat, kecantikan dari dalam yang lebih dikenal dengan istilah *inner beauty* adalah hal yang lebih penting daripada kecantikan fisik belaka. Menjaga kecantikan dari dalam berarti menutup aurat, menjaga etika dan budi pekerti baik, serta menggunakan anggota tubuh untuk hal-hal yang baik berdasarkan sudut pandang syariat Islam. Allah memerintahkan para muslimah untuk menjaga kecantikannya yang berdasar pada Firmah Allah dalam Quran surat Al-Ahzab ayat 59.



Hai Nabi, Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Depag RI, 2000: 426)

Jilbab merupakan identitas perempuan Islam dan juga telah jelas bahwa syariat berjilbab adalah wajib bagi kaum muslimah sejak zaman Nabi SAW sampai sekarang. Tetapi masih banyak yang belum memahami makna yang sesungguhnya dari jilbab tersebut sebagai hijab (penghalang) untuk melindungi dan menutupi aurat kaum wanita. Masih banyak yang hanya mengenakan hijab sebagai *fashion style* saja tanpa mengerti dan memahami apa esensi yang sebenarnya, inilah yang menjadi fokus utama Komunitas *Great Muslimah* untuk membentuk *inner beauty of muslimah*.

Jika diamati, pergerakan dan perkembangan dakwah Komunitas *Great Muslimah* tidak lepas dari unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur dakwah yaitu komponen-komponen yang harus ada dalam setiap kegiatan dakwah (Munir dkk, 2006: 21). Unsur-unsur dakwah terdiri atas *da'i*, pesan, media, metode, *mad'u*, tujuan, dan respon serta dimensi ruang dan waktu (Asep Muhyiddin, Agus Ahmad Safe'i, 2002: 31).

Dari unsur-unsur dakwah tersebut ada tiga unsur yang paling disoroti oleh peneliti, yakni materi, metode dan media dakwah. Berbicara mengenai materi, materi bermakna sesuatu yang menjadi bahan, maka materi dakwah adalah segala sesuatu yang menjadi bahan untuk disampaikan kepada *mad'u*. Secara umum materi dakwah merupakan pesan-pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subjek kepada objek dakwah yakni keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah maupun sunnah Rasul-Nya.

Selanjutnya metode, metode berarti cara atau jalan yang ditempuh. Sehubungan dengan upaya ilmiah, maka metode menyangkut masalah cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan. Fungsi metode berarti sebagai alat untuk mencapai tujuan, atau bagaimana cara melakukan atau membuat sesuatu. Maka metode dakwah Komunitas *Great Muslimah* adalah cara atau proses yang ditempuh olehnya untuk mencapai pada tujuan yang diharapkan.

Metode digunakan agar manusia merasa ikut berperan dalam menentukan suatu kebenaran. Dengan demikian, ia merasa memiliki dan bertanggung jawab untuk mempertahankannya, untuk menunjang tercapainya target yang diinginkan

dalam penyajian materi-materinya. (Asep Muhyiddin, Agus Ahmad Safei, 2002: 76)

Bentuk-bentuk metode dakwah dijelaskan dalam firman Allah dalam Al-Quran surat an-Nahl ayat 125, yang pada esensinya bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, yaitu *Al-Hikmah*, *Al-Mau'idzha Al-Hasanah* dan *Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan*. (Asep Muhyiddin, Agus Ahmad Safei, 2002: 78)

Tidak hanya materi dan metode, Komunitas *Great Muslimah* mempunyai media-media dakwah yang digunakan untuk syiar dakwahnya. Media sendiri merupakan alat teknis untuk melakukan mediasi atau penyampaian pesan, maka media dakwah adalah alat penyampai ajaran Islam kepada sasaran dakwah baik melalui media cetak, elektronik maupun internet.

Media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Menurut *stimulus response* ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Dakwah harus disajikan dengan aktual, faktual dan kontekstual. Aktual yang berarti memecahkan masalah yang kekinian dan hangat ditengah masyarakat. Faktual dalam arti konkret dan nyata, serta kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problema yang sedang dihadapi oleh masyarakat.

Media yang digunakan pun berbeda-beda, ada yang menggunakan media musik, televisi, radio, buku, majalah, film sampai internet. Salah satu media yang digunakan Komunitas *Great Muslimah* sebagai media dakwah adalah internet.

Penjelasan mengenai internet dalam buku *Spiritual Cyberspace* (terjemah) karangan Jeff Zaleski (1999) sebagai berikut:

Secara fisik, internet tak lain merupakan sekumpulan komputer yang tersebar diseluruh dunia, yang dihubungkan satu sama lain melalui jaringan telekomunikasi satelit global dan kabel telepon lokal. Kelebihan internet tidak hanya mampu menyebarkan informasi pada dunia tanpa batas, tapi juga dapat diandalkan guna menyimpan data dan dapat diakses kapan saja. Dengan berbagai kelebihan itulah, internet menjelma menjadi alat yang menjanjikan guna menembus batas-batas geografis dan mempercepat proses penyebaran informasi. Terlebih sejak internet dibuka untuk umum tahun 1993 dimana ribuan perusahaan dan, pemerintah dan swasta memasang situs *web* masing-masing di internet, begitupun dengan organisasi agama (Armahedi Mahzar 1999: 11).

Ekspresi keberagaman di Internet menunjukkan perkembangan yang signifikan seiring waktu, termasuk Islam didalamnya. John L. Esposito dalam bukunya *The Future of Islam* sebagaimana dikutip oleh Asep S. Muhtadi pada pengantar buku *Islam Digital* karangan M. Fakhruroji mengungkapkan bahwa gerakan umat Islam melalui berbagai media telah mengubah wajah Islam diseluruh dunia. Melalui media yang semakin beragam –yang salah satunya adalah Internet– umat Islam semakin memiliki banyak alternatif dalam mengakses sejumlah informasi tanpa hambatan.

Hari ini banyak pengguna internet yang bertujuan untuk mencari pengetahuan agama. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai alasan untuk berdakwah melalui internet yang tak bisa dipandang sebelah mata. Internet sebagai media dakwah juga harus mendapat perhatian khusus karena besar kemungkinannya

untuk menjadi salah satu media bagi *da'i* guna menyampaikan pesan-pesan dakwah pada *mad'u* lebih efektif.

Gambaran ini haruslah dijadikan sebuah peluang bagi *da'i* untuk menjadikan internet sebagai salah satu media dakwah. Meski tidak sampai menjadikannya sebagai yang utama, karena kehidupan dalam dunia maya tidaklah mudah untuk diprediksi, apapun bisa terjadi dan berubah dengan cepat setiap saatnya.

Materi, metode dan media dakwah itulah yang nantinya akan menjadi identitas yang dikenal oleh masyarakat luas, yang membuatnya mempunyai ciri khas dakwah tersendiri yang akan selalu diingat dan dikenang oleh *mad'u*, maka hal tersebut haruslah sesuatu yang berbeda dan menarik. Eksistensi Komunitas *Great Muslimah* Bandung ini menjadi sebuah fenomena baru dalam dunia dakwah yang berbasis pada komunitas yang saat ini sedang menjadi *trend*.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), fenomena diartikan sebagai; 1) hal-hal yang dapat disaksikan dengan pancaindra dan dapat diterangkan serta dinilai secara ilmiah (spt fenomena alam), gejala; 2) sesuatu yang luar biasa, keajaiban; 3) fakta, kenyataan.

Fenomena merupakan rangkaian peristiwa serta bentuk keadaan yang dapat diamati dan dinilai lewat kaca mata ilmiah atau lewat disiplin ilmu tertentu. Maka fenomena dakwah berarti rangkaian proses kegiatan dan keadaan dakwah yang dapat diamati dan dinilai melalui pancaindra manusia, sehingga dapat dikaji lebih dalam dengan menggunakan disiplin ilmu atau teori tertentu. Sebuah fenomena harus dapat dilihat, diperhatikan dan diamati oleh indra manusia, sehingga kemudian dijelaskan dan dipaparkan apa adanya sesuai dengan fakta yang ada.

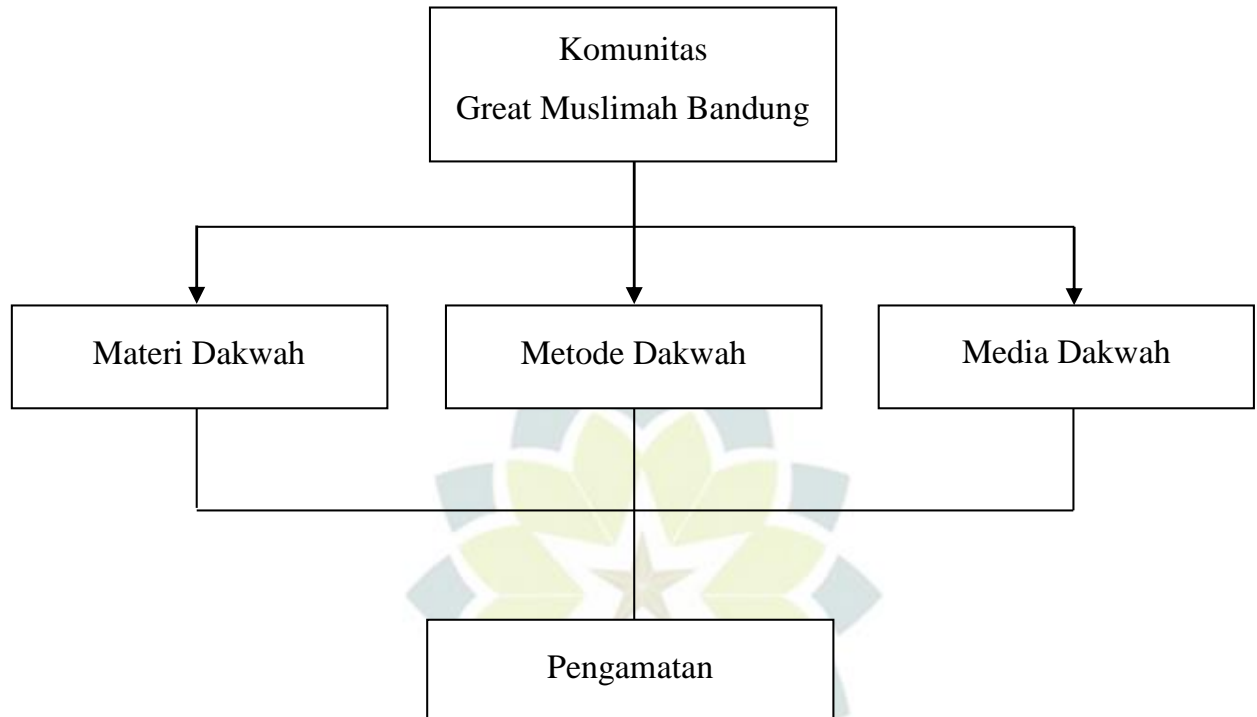
Metode penelitian kualitatif dalam hal pengamatan fenomena dikupas dengan teori fenomenologi, yang salah satu tokohnya adalah Schutz.

Fenomenologi menjelaskan fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran. Fenomenolog mencari pemahaman seseorang dalam membangun makna dan konsep yang bersifat intersubjektif. Oleh karena itu, penelitian fenomenologi harus berupaya untuk menjelaskan makna dan pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala. (Engkus Kuswarno, 2009)

Sehingga dalam penelitian, peneliti harus menggunakan metode interpretasi yang sama dengan hal yang diamati, peneliti bisa masuk ke dalam dunia interpretasi hal yang dijadikan objek penelitian. Pada praktiknya, peneliti mengasumsikan dirinya sebagai orang yang tidak tertarik atau bukan bagian dari dunia hal yang diamati. Peneliti hanya terlibat secara kognitif dengan hal yang diamati. Peneliti dapat memilih satu 'posisi' yang dirasakan nyaman oleh subjek penelitiannya, sehingga ketika subjek merasa nyaman maka dirinya dapat menjadi diri sendiri. Ketika ia menjadi dirinya sendiri inilah yang menjadi bahan kajian peneliti sosial.

Skema Kerangka Pemikiran

“Fenomena Dakwah Komunitas *Great Muslimah* Bandung”



Dari skema tersebut dijelaskan bahwa dalam aktivitas dakwah Komunitas *Great Muslimah* Bandung terdapat materi, metode, dan media dakwah Komunitas *Great*, agar dakwah Komunitas *Great Muslimah* dapat dikatakan sebagai sebuah fenomena maka akan dilakukan pengamatan terhadap ketiga komponen tersebut.

1.5 Langkah-Langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian, sering pula disebut prosedur penelitian atau metodologi penelitian, secara garis besar mencakup kegiatan penentuan: lokasi penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, serta cara pengolahan atau analisis data yang akan ditempuh (*Panduan Penyusunan Skripsi Dakwah & Komunikasi*, Bandung, 2007: 80)

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Komunitas *Great Muslimah* Bandung yang berlokasi di Jalan Cihaurgeulis No.4/144B Bandung. Lokasi tersebut dipilih dengan alasan sebagai berikut:

1. Alasan akademis

Lokasi ini dipilih berkaitan dengan masalah yang diteliti. Menarik untuk diteliti mengingat ketersediaan data penelitian yang dibutuhkan dapat diperoleh di lokasi tersebut, sehingga memudahkan dalam proses pengumpulan data. Komunitas *Great Muslimah* merupakan komunitas dakwah para muslimah yang bergerak dalam peningkatan kapasitas dan kualitas diri muslimah dalam bentuk pengasahan bakat, yang berasal dari berbagai daerah dan status sosial anggota. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti tentang bagaimana fenomena dakwah Komunitas *Great Muslimah* di masyarakat.

2. Alasan praktis

Lokasi ini selain strategis juga mudah dijangkau, sehingga memudahkan peneliti dalam pengambilan data.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Menurut Jalaludin Rakhmat metode deskriptif adalah “Suatu metode penelitian yang berusaha melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah

atau memeriksa kondisi praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi ” (Rakhmat, 2002 :25).

Metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya (Best, 1982: 119). Dengan metode ini menuturkan dan menafsirkan data tentang fenomena dakwah yang dilakukan oleh Komunitas *Great Muslimah* Bandung

1.5.3 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan jenis data kualitatif, yaitu jenis data yang bersifat deskriptif semata-mata merupakan isi rekaman video, foto, kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan kejadian yang diamati, dalam hal ini pendiri, para anggota dan pihak terkait dengan Komunitas *Great Muslimah* Bandung.

Secara kualitatif jenis data tersebut adalah:

1. Materi dakwah yang disampaikan Komunitas *Great Muslimah* Bandung
2. Metode dakwah yang digunakan Komunitas *Great Muslimah* Bandung
3. Media dakwah yang digunakan Komunitas *Great Muslimah* Bandung

1.5.4 Sumber Data

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari sumber penelitian yang diperoleh melalui wawancara kepada *founder, co-founder, ketua, sekretaris, dan beberapa anggota lain* dari Komunitas *Great Muslimah* Bandung, dengan menggunakan alat bantu seperti pedoman wawancara atau juga dengan menggunakan *tape recorder* atau juga dengan kertas yang sudah disiapkan sebelumnya. Adapun yang dimaksud

dengan jenis data primer adalah *founder* (pendiri) dan para anggota Komunitas *Great Muslimah Bandung*.

Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui studi dokumentasi, buku-buku, surat kabar, makalah, arsip dan dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan dengan Komunitas *Great Muslimah Bandung*.

1.5.5 Teknik Pengumpulan Data

Mengutip dari buku Panduan Penyusunan Skripsi Dakwah & Komunikasi bahwa pada umumnya teknik pengumpulan data dalam penelitian terdiri atas 4 jenis: observasi (*observation*), wawancara (*interview*), angket (*questioary*), dan dokumentasi (*documentation*). Adapun teknik pengumpulan data kualitatif yang peneliti lakukan terdiri atas:

1. Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti, dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Adapun prosedur yang akan dilalui dalam penelitian ini adalah survey lokasi objek dan mengamati situasi alamiah serta kondisi objektif Komunitas *Great Muslimah Bandung*.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung. Peneliti akan mengadakan tanya jawab terhadap *founder*, *co-founder*, ketua, sekretaris, dan beberapa anggota lain dari Komunitas *Great Muslimah Bandung* sebagai pelengkap

terhadap data. Peneliti akan menggunakan teknik wawancara terstruktur, artinya peneliti telah mengetahui dengan pasti apa informasi yang ingin digali dari responden sehingga daftar pertanyaannya sudah dibuat secara sistematis.

3. Dokumentasi

Seperti yang tertulis di buku Panduan Penyusunan Skripsi Dakwah & Komunikasi tahun 2007 bahwa proses pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Ia berupa, buku, catatan, arsip, surat-surat, majalah, surat kabar, jurnal, laporan penelitian, dan lain-lain.

1.5.6 Analisis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan dalam penelitian ini, kemudian dianalisis secara kualitatif, yaitu analisis yang dilakukan secara sistematis (beraturan) dan interpretatif (mudah dipahami). Hal ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Memeriksa semua data yang terkumpul, baik melalui observasi, wawancara maupun dokumentasi, termasuk melakukan editing dan penyortiran terhadap data yang diperlukan
2. Menginterpretasi data-data yang telah diklasifikasikan sesuai jenis masalah yang akan dijawab dalam penelitian.
3. Menganalisis data sesuai dengan tujuan penelitian
4. Menyimpulkan hasil pembahasan dan penelitian, sehingga dapat diperoleh jawaban terhadap masalah-masalah penelitian yang diajukan.