

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Manusia merupakan makhluk sosial, dalam sejarahnya manusia membutuhkan hubungan timbal balik diantara individu yang satu dengan individu yang lainnya, individu dengan kelompok, serta kelompok dengan kelompok. Salah satu bukti bahwa manusia merupakan makhluk sosial adalah dengan munculnya beberapa komunitas yang ada dimasyarakat, salah satunya adalah komunitas motor. Komunitas motor di Indonesia adalah suatu realita yang mana hal tersebut dihasilkan karena adanya perkembangan sosial yang terjadi dimasyarakat yang semakin maju (Sari, 2016).

- Berbicara soal komunitas motor, di Indonesia komunitas motor sering kali dianggap menjadi masalah sosial di masyarakat. Hal tersebut dikarenakan banyak komunitas motor yang sering kali bersikap arogan dan anarkis pada saat berada di jalan raya, sehingga kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas-komunitas motor dianggap mengganggu ketertiban umum dan juga masyarakat. Tetapi meskipun begitu, didalam kenyataannya tidak semua komunitas motor di Indonesia memiliki tindakan yang dapat merugikan masyarakat (Pradhana, 2020).

Diantara banyaknya komunitas motor yang ada di Indonesia terdapat salah satu komunitas motor yang memiliki keunikan adalah Bikers Dakwah Indonesia. Bikers Dakwah Indonesia merupakan sebuah komunitas yang memfokuskan kegiatannya untuk melakukan dakwah atau menyebarkan hal-hal terkait agama Islam. Bikers Dakwah Indonesia didirikan oleh Alfie Alfandy, pada tanggal 3 Juni 2018, di Pondok Kelapa, Jakarta Timur.

Alfie Alfandy mendirikan Bikers dakwah, setelah dirinya mempelajari lebih dalam tentang agama Islam di negara Yaman tepatnya di Darul Musthofa, yang dipimpin oleh Habib Umar Bin Muhammad Bin Salim Bin Hafidz. Setelah mempelajari tentang agama Islam lebih dalam, akhirnya Alfie Alfandy memutuskan untuk mendirikan Bikers Dakwah dengan tujuan, untuk bisa memberikan manfaat untuk masyarakat melalui Bikers Dakwah. Serta memilih

jalur dakwah yang tidak biasa, yaitu dengan melakukan pendekatan atau target berdakwahnya ialah lingkungan komunitas motor, anak-anak punk, serta anak-anak jalanan (Dakwah, 2021).



Gambar 1.1 Logo Bikers Dakwah Indonesia  
Wawancara (Fitri, 2021)

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang telah dilakukan Peneliti, diketahui bahwa Bikers Dakwah Indonesia juga memiliki slogan yang selalu disosialisaikan, yang mana slogan tersebut merepresentasikan sekali sifat ataupun karakter dari Bikers Dakwah. Slogan dari Bikers Dakwah yaitu “Dirangkul Bukan Dipukul”. Maksudnya ialah Bikers Dakwah hadir ditengah-tengah masyarakat bukan untuk menghakimi masyarakat yang berbeda, tetapi Bikers Dakwah hadir untuk bisa merangkul serta mengajak masyarakat untuk bisa lebih dekat kepada Allah SWT, dan juga Rasulullah tanpa menggunakan kekerasan, seperti halnya melakukan persekusi terhadap masyarakat yang memiliki kepercayaan yang berbeda ataupun terhadap golongan yang tidak sejalan dengan Bikers Dakwah Indonesia.

Slogan itu juga dibuat sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia, dengan tujuan untuk melawan adanya stigma ataupun stereotip terhadap komunitas motor yang sering kali bersikap arogan, tidak menghargai pengendara lain ketika melakukan kegiatannya. Untuk itu Bikers Dakwah Indonesia melakukan aktivitas dakwah serta seluruh kegiatan baik di jalanan ataupun ditempat lainnya dengan cara selalu berusaha menaati peraturan serta bersikap santun pada saat berkendara.

Bikers Dakwah Indonesia, memiliki beberapa program untuk masyarakat yang ingin memperdalam ilmu agama Islam. Diantaranya adalah yaitu melaksanakan KOPDAR (Kopi Darat) yaitu kegiatan untuk berkumpul para pengikut Bikers Dakwah, yang dilaksanakan pada hari Sabtu. Lalu kegiatan yang selanjutnya ialah BBQ (Bikers Baca Quran) yaitu kegiatan untuk para pengikut Bikers Dakwah, belajar memperdalam cara membaca Al Quran. Terdapat juga program RAKAB (Riders Kaji Kitab), yaitu program dari Bikers Dakwah untuk para anggota yang ingin mempelajari ilmu yang dibahas di beberapa kitab karangan ulama. Serta program SUBMORI (Subuhan *Morning Ride*) yang mana kegiatan tersebut merupakan kegiatan rutin dari Bikers Dakwah, dengan melakukan ibadah subuh berjamaah, lalu dilanjutkan dengan berkendara motor bersama-sama menuju kantor dari Bikers Dakwah, dan dilanjutkan dengan kegiatan-kegiatan didalamnya, seperti memanah, serta permainan-permainan sesuai dengan sunah nabi lainnya (alanbikers, 2019).

Program-program tersebut disengaja menggunakan nama-nama yang terkesan nakal, juga untuk melakukan pendekatan-pendekatan terhadap orang-orang yang menjadi target dakwah dari Bikers Dakwah Indonesia. Program-program yang ada pada Bikers Dakwah disosialisasikan melalui seluruh sosial media Bikers Dakwah dan juga Alfie Alfandy selaku pendiri dari Bikers Dakwah Indonesia.

Saat ini pengikut Bikers Dakwah di Instagram sudah mencapai 28,3 Ribu di Instagram, serta sudah memiliki komunitas sebanyak 25 titik dan tersebar di seluruh Indonesia. Adapun kegiatan bisnis yang berada dibawah Bikers Dakwah Indonesia diantaranya adalah Bikers Dakwah Store, yaitu merk pakaian yang dimiliki oleh Bikers Dakwah Indonesia, yang memproduksi Merchandise dari Bikers Dakwah Indonesia. Selanjutnya adalah Warung BD, yaitu bisnis *Food and Beverange* yang dimiliki oleh Bikers Dakwah Indonesia. Yang terakhir adalah Alfie Alfandy Media, yaitu media dakwah untuk Alfie Alfandy, meliputi Instagram @alfiealfandy yang saat ini memiliki pengikut sebanyak 108 Ribu. Lalu yang kedua adalah Tiktok, yang memiliki pengikut sebanyak 115,5 Ribu. Serta yang ketiga adalah Youtube, yang memiliki *subscriber* sebanyak 87,1 Ribu.

Dengan adanya pemanfaatan media baru yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia, membuat komunitas tersebut memiliki jangkauan yang lebih luas didalam menjalankan program serta kegiatan-kegiatan yang ada. Media baru juga berfungsi sebagai penunjang komunikasi yang dilakukan antara individu dengan individu lainnya. sehingga orang-orang dapat berkumpul dengan orang yang memiliki hobi yang sama dan juga dapat bertukar pikiran satu sama lain (Zulfiqri, 2021).

Banyak istilah baru mengenai teknologi yang masih belum dipahami secara lengkap oleh masyarakat. Salah satu hal baru dan istilah yang cukup menarik adalah istilah New Media (Media Baru). New Media mencakup dengan adanya kemunculan digital, komputer, serta jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20 (Manovich, 2001). Hal-hal seperti itulah yang dimanfaatkan oleh komunitas Bikers Dakwah Dalam melakukan komunikasi didalam media baru.

Penelitian ini memilih Bikers Dakwah Indonesia untuk dijadikan komunitas yang diteliti karena pada kenyataannya banyak sekali kelompok-kelompok ataupun komunitas motor yang ada didalam masyarakat dipandang sebagai komunitas yang tidak ada manfaatnya serta memiliki sifat yang sangat arogan dalam melaksanakan kegiatan yang komunitas tersebut lakukan.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti Bikers Dakwah Indonesia dengan tujuan untuk melihat apakah benar stereotip dari masyarakat terhadap komunitas-komunitas motor yang ada. Selain itu sebenarnya saat ini sudah terdapat beberapa komunitas sejenis Bikers Dakwah Indonesia, yang memiliki tujuan yang sama dalam menjalankan komunitasnya, yaitu dengan mengenalkan agama Islam kepada anggota komunitas atau masyarakat luas. Salah satu komunitas yang sejenis dengan Bikers Dakwah Indonesia adalah komunitas Bikers Subuhan. Tetapi seperti yang kita ketahui bersama bahwa setiap komunitas pasti memiliki karakternya masing-masing.

Alasan lain peneliti memilih Bikers Dakwah Indonesia sebagai komunitas yang diteliti adalah, karena Bikers Dakwah Indonesia memiliki struktur organisasi yang memiliki tugas dan fungsi yang jelas, salah satunya adalah untuk menerapkan strategi komunikasi dalam aktivitas dakwahnya. Bikers Dakwah Indonesia cukup berhasil didalam menjalankan strategi komunikasi yang dijalankan dapat dilihat

dari jumlah pengikut yang terus bertambah pada media sosial, serta meluasnya *chapter* yang saat ini berjumlah 45 *chapter* diseluruh Indonseia. Bikers Dakwah Indonesia juga memiliki aktivitas serta program dakwah yang lebih konsisten serta terjadwal dengan baik dibandingkan komunitas serupa. Program dan aktivitas dakwah tersebut dijadwalkan rutin mulai dari kegiatan harian, mingguan, hingga kegiatan bulanan, serta kegiatan tahunan seperti *Anniversary*.

Untuk dapat memperkenalkan komunitas Bikers Dakwah Indonesia hingga berada dititik sekarang, tentunya perlu adanya strategi komunikasi yang efektif, yang dibuat oleh Bikers Dakwah Indonesia. Salah satu hal yang penting dalam menerapkan strategi komunikasi yang baik adalah dengan menempatkan posisi kelompok atau individu secara tepat dalam melakukan komunikasi dengan lawan komunikasinya sehingga bisa mencapai tujuan dari komunikasi telah ditetapkan. Strategi komunikasi juga bisa berjalan efektif dikarenakan adanya sebuah perencanaan yang maksimal.

Strategi komunikasi yang telah dibuat oleh Bikers Dakwah Indonesia nantinya diimplementasiikan kedalam kegiatan dakwah yang dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia. Dakwah sendiri merupakan salah satu kegiatan komunikasi keagamaan, yang mana didalam kegiatan tersebut terdapat proses pemberian informasi terkait ajaran agama islam serta terdapat juga ajakan kepada orang lain untuk melakukan perubahan dari hal yang tidak baik, menjadi lebih baik. Dakwah dengan Islam tidak dapat dipisahkan, oleh karenanya, kegiatan dakwah sangatlah penting didalam Islam. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa didalam keilmuan, kegiatan dakwah merupakan bagian dari komunikasi, hal tersebut dikarenakan adanya ciri umum dari komunikasi yaitu terdapat interaksi antar manusia. Selain itu didalam kegiatan dakwah terdapat pesan yang bersifat perusasif, oleh karenanya dakwah juga termasuk kedalam komunikasi persuasif (Komara, 2021).

Dengan adanya banyak permasalahan ditengah-tengah masyarakat khususnya terkait cara berdakwah dari beberapa ulama atau ormas yang justru menimbulkan penolakan-penolakan dari masyarakat, dikarenakan cara berdakwah yang dilakukan tidak etis, yakni dengan cara menghina satu sama lain, serta menyelipkan unsur politik didalamnya. Maka dari itu dalam melakukan aktivitas

dakwah, perlu adanya strategi komunikasi yang baik serta efektif agar masyarakat dapat menerima dengan baik pesan dakwah yang disampaikan.

Penelitian ini memilih meneliti dan melihat seluruh program yang dijalankan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia adalah karena setiap kegiatan serta program acara yang dibuat oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia saling berkaitan, dan menggambarkan komunitas Bikers Dakwah Indonesia, serta kegiatan dan program yang ada pada Bikers Dakwah Indonesia termasuk didalam strategi komunikasi yang dilakukan.

Terdapat penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan dan juga pembanding dengan penelitian yang terkait dengan strategi komunikasi khususnya dalam dakwah yang dilakukan oleh sebuah komunitas, diantaranya adalah **(1)** Penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Bikers Subuhan Banten Dalam Menarik Minat Anggota Baru (Studi Kasus Pada Pemanfaatan Media Instagram @Bikerssubuhanbanten)” yang ditulis oleh Rizky Ramadhan, pada tahun 2020, berupa penelitian Kualitatif dengan Metode penelitian deskriptif kualitatif. Dengan hasil bahwa Strategi Komunikasi yang dilakukan Bikers Subuhan Banten dalam menarik anggota baru bersifat universal dan segmentasi kalangan pemuda berdasarkan usia remaja. Didalam strateginya penyusunan pesan yang dilakukan bersifat informatif serta dapat membangkitkan perhatian dari masyarakat dalam setiap postingan yang dibuat di berbagai media, serta strategi didalam menerapkan metode yang dilakukan oleh Bikers Subuhan Banten seperti redundancy, canalizing, informatif, dan persuasif telah sesuai dengantujuan dari Bikers Subuhan Banten.

**(2)**“Strategi Komunikasi Komunitas Motor Flying Dutchman Dalam Meningkatkan Eksistensi (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Komunitas Motor Flying Dutchman Dalam Meningkatkan Eksistensi Dikalangan Komunitas Motor Vintage Custom Di Kota Bandung)” yang ditulis oleh Muhammad Shiddiq pada tahun 2018, yang berupa penelitian Kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Dengan hasil bahwai Perencanaan eksistensi komunitas motor flying dutchman untuk meningkatkan eksistensi dikalangan komunitas motor vintage custom di wilayah kota Bandung bertambah dan terus berkembang, perencanaan mereka dalam menyusun strategi komunikasi,

membangun relasi, dan berencanan untuk meningkatkan eksistensi dikalngan komunitas motor vintage custom lain.

Dari tinjauan literatur diatas nantinya dijadikan pembanding didalam melakukan penelitian. Peneliti akan melihat bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh sebuah komunitas dapat berhasil, khususnya didalam melakukan strategi komunikasi didalam sebuah kegiatan dakwah.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan bahwa permasalahan pada penelitian ini adalah mengenai tentang bagaimana Implementasi Strategi Komunikasi pada aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah pada penelitian ini, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan tentang bagaimana Implementasi Strategi Komunikasi pada Aktivitas Dakwah yang dilakukan oleh Komunitas Bikers Dakwah Indonesia

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini secara teoritis dapat memperkaya penelitian dan menjadi kajian dari ilmu komunikasi yang berkaitan tentang Implementasi Strategi Komunikasi, pemanfaatan media baru pada sebuah komunitas

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi wacana bagi masyarakat tentang bagaimana sebuah komunitas menjankan kegiatan-kegiatannya yang dilakukan dengan memiliki strategi komunikasi yang dilakukan. Serta diharapkan dapat merubah stigma dari masyarakat yang menganggap bahwa komunitas motor itu merupakan hal yang negatif. Serta dapat menjadi masukan bagi komunitas untuk menjalankan strategi komunikasi.