

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini akan menjelaskan tentang data yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui wawancara kepada informan yang telah ditentukan. Masing-masing informan diwawancarai secara mendalam dengan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan pedoman wawancara yang sudah dibuat, dan hasil dari analisis tentang implementasi strategi komunikasi dari Smith dalam aktifitas dakwah komunitas Bikers Dakwah Indonesia akan dijelaskan melalui pernyataan dari Informan sebagai hasil dari wawancara yang telah dilakukan.

4.1. Gambaran Umum Komunitas Bikers Dakwah Indonesia



Gambar 4.1 Logo Bikers Dakwah Indonesia

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.

Bikers Dakwah Indonesia juga memiliki slogan yang selalu disosialisasikan, karena 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 mengenal apa itu agama Islam (Fitri, 2021).

Sebagai komunitas Bikers Dakwah 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).

1. Informan 1

Informan pertama adalah Alfie Alfandy yang berumur 30 tahun, dan Alfie Alfandy biasa disebut dengan panggilan ustad Alfie. Informan pertama ini merupakan seorang aktor dan juga *Public Figure*, sekaligus pendiri dari komunitas motor Bikers Dakwah Indonesia. Informan 1 dipilih dikarenakan sesuai dengan kriteria informan yang ditentukan oleh penelitian ini, yaitu merupakan bagian dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia dan memiliki jabatan didalam komunitas tersebut.

2. Informan 2

Informan kedua adalah Fitri Wulandari, berusia 29 tahun. Informan kedua ini merupakan *co-founder* dan juga menjabat menjadi produser konten di komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Informan kedua ini dipilih menjadi narasumber dikarenakan sesuai dengan kriteria informan dari penelitian ini, yang mana Informan kedua merupakan bagian dari Bikers Dakwah Indonesia yaitu seorang konten produser didalam komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

3. Informan 3

Informan ketiga adalah Yudhas Suliastriyono, informan ketiga ini merupakan humas eksternal dari Bikers Dakwah Indonesia, dan informan ketiga ini sudah bergabung didalam Bikers Dakwah Indonesia kurang lebih selama 4 Tahun. Informan ketiga ini dipilih karena memenuhi kriteria informan yang dibuat dalam penelitian ini. Karena informan ketiga merupakan bagian dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia dan memiliki jabatan didalamnya yaitu sebagai Humas.

4. Informan 4

Informan keempat adalah Fabel, infroman keempat ini merupakan penanggung jawab program Submori, dan juga BDFC (*Bikers Dakwah Football Club*). Informan ini sudah bergabung bersama Komunitas Bikers Dakwah Indonesia selama 3 tahun. Informan keempat dipilih menjadi narasumber dikarenakan memenuhi kriteria sebagai informan didalam penelitian kali ini.

4.2. Hasil dan Pembahasan

4.2.1. *Formative Research*

Fase *Formative Research* merupakan fase pertama didalam melakukan proses perencanaan strategis. Smith menjelaskan bahwa riset formatif merupakan kegiatan pendahuluan yang mana kegiatan ini bertujuan untuk bisa mendapatkan informasi serta melakukan analisa terhadap situasi yang dihadapi. Dalam fase pertama ini Smith membagi menjadi tiga tahap didalamnya, yaitu tahap analisis situasi, analisis organisasi, dan yang terakhir adalah analisis publik (Rudi, 2022)

Bikers Dakwah Indonesia memiliki banyak program dan juga kegiatan rutin sebagai komunitas motor. Mulai dari kegiatan-kegiatan sosial hingga kegiatan yang berkaitan dengan keagamaan. Selain itu Bikers Dakwah Indonesia juga memiliki program ataupun acara yang memanfaatkan media seperti Youtube, Tiktok dan juga Instagram. Untuk membuat kegiatan dan juga program acara tentunya Bikers Dakwah Indonesia melaksanakan perencanaan-perencanaan didalamnya. Salah satunya adalah melakukan riset terhadap isu-isu terkini dan juga hal-hal yang sedang diperbincangkan didalam masyarakat.

Menurut pernyataan dari Informan, sebelum membuat sebuah kegiatan ataupun program acara, Bikers Dakwah Indonesia melakukan riset terhadap isu-isu terkini. Informan pertama yaitu Alfie Alfandy selaku founder dari Bikers Dakwah Indonesia, menyatakan bahwa sebelum membuat kegiatan dan juga program untuk Bikers Dakwah, terdapat kegiatan riset yang dilakukan, yaitu dengan cara turun langsung kelapangan.

“Riset yang kita lakukan adalah terjun kelapangan, dengan cara menyamar, ibarat kalo misalnya polisi intel lah, kita terjun kelapangan kita berbaur dengan mereka, bergaul dengan mereka. Melihat apasih kebiasaan mereka apa yang mereka suka, setelah kita menemukan kita kumpul lagi, kemudian apanih yang harus kita lakukan?, bikin apa buat mereka senang? Baru masuk dakwah disana” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Dari pernyataan informan pertama dapat diketahui bahwa Riset perlu dilakukan guna melihat apa saja yang bisa dijadikan materi yang nantinya akan

disampaikan didalam kegiatan-kegiatan ataupun juga program dari Bikers Dakwah Indonesia. Hal tersebut juga dikatakan oleh informan kedua yaitu Fitri Wulandari selaku co-founder dan juga produser konten dari Bikers Dakwah Indonesia.

“kalo riset sih kita lebih ke kaya pribadinya founder ya, kaya Alfie, jadi karena dia, karena target dari bikers dakwah adalah orang-orang seperti Alfie jadi dia tau diri dia butuh apa dan bagaimana cara mereangkul, terus juga selain pengalaman pribadi founder, kita pun juga memasuki beberapa komunitas, kaya komunitas motor dan disitu kita nongkrong dengan mereka, bagaimana karakter setiap komunitas itu kan berbeda. Terus masuknya ke kalangan anak tattoo itu berbeda, terus anak punk juga berbeda. Nah diantara semua komunitas yang gak religious barulah kita dapat benang merahnya, oh begini nih apa yang mereka pengen, baru kita bikin Bikers Dakwah” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Selain itu Informan ketiga yaitu Yudhas yang merupakan Humas dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia juga menjelaskan bahwa riset yang dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia Juga biasanya dilakukan secara bersama-sama anggota yang lain.

“Jadi dari awal pertama gini, temen-temen itu kumpul bareng dan ide-ide lahir biasa dari mereka, nanti bd ini akan melakukan program seperti apa” (Yudhas Suliastriyono, Hasil Wawancara, 24 April 2022).

Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya jawaban dari Informan keempat, yaitu Fabel yang merupakan penanggung jawab kegiatan KOPDAR dan juga BDFC yang menjelaskan juga bahwa Bikers Dakwah Melakukan riset dengan cara melihat hal-hal yang sedang terjadi ditengah-tengah masyarakat.

“ya jadi untuk riset ataupun kita membuat program kita biasanya melihat dari ee situasi ataupun dari kondisi yang terkini ya misalnya kayak ee kemarin pandemi kita harus ngapain? Gitu , terus kita juga harus berpikri untuk bagaimana caranya bikers dakwah harus jalan dengan kondisi seperti ini” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

Selain perlu melakukan riset, sebuah perusahaan/komunitas juga perlu melakukan analisis terkait isu-isu terkini yang sedang terjadi serta melihat resiko dari isu-isu tersebut. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan ataupun organisasi dapat melakukan persiapan terkait apa saja yang perlu dilakukan terkait dengan adanya isu-isu yang dapat menyebabkan resiko terhadap perusahaan ataupun organisasi.

Berdasarkan hasil wawancara , informan pertama Alfie Alfandy menjelaskan bahwa Bikers Dakwah Indonesia melakukan analisis terhadap isu-isu yang terjadi yaitu dengan cara memantau serta melihat media sosial.

“kalau itu skala isu nasional, kita cukup melihat di sosial media, kemudian kita juga berkomunikasi dengan pakar-pakarnya. Apa yang harus kita lakukan? dan apa yang harus kita syiarkan?, Langkah mana yang benar?, kita harus pintar, harus cerdas, jangan pernah mengambil Langkah sendiri tanpa pengetahuan yang lebih dalam. Jangan mengambil kesimpulan sendiri, kita berembuk, tanya pakarnya, kemudian diskusikan bersama orang-orang yang paham, orang-orang yang alim, para guru kita, baru kita eksekusi” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Dari jawaban dari informan pertama dapat diketahui bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia melakukan analisis terhadap isu yang sedang terjadi. Hal tersebut juga diperkuat dengan jawaban dari informan kedua Fitri Wulandari selaku produser konten di Bikers Dakwah Indonesia.

“oke isu terkini, kaya yang terakhir nih kita bahas terkait trading. Kaya isu-isu itu pasti kita angkat dong karena ya apa ya anak-anak generasi sekarang ini kan kritis, terus mereka kayak banyak isu yang dikit-dikit viral, nah hal-hal yang viral ini yang sering mereka bahas dan mereka tanyakan, nah disinilah kita moment untuk bikin konten sebenarnya. Moment apay a, oh lagi rame tentang apa, tentang trading nah itu yang kita angkat, kita bahas dari sisi bisnisnya kaya apa? Tapi kita sambungin dari sisi agama seperti apa. Agar mereka nih milenials yang

kritis punya banyak pertimbangan” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Informan kedua menjelaskan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia melihat isu-isu terkini yang sedang diperbincangkan, hal tersebut dilakukan agar komunitas Bikers Dakwah Indonesia dapat mengetahui serta nantinya isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan akan dijadikan moment untuk dibahas melalui konten-konten yang Bikers Dakwah Indonesia buat. Terkait analisis isu yang dilakukan, Informan ketiga juga mengatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia melakukan analisis terhadap isu terkini.

“yaa itu kita perlu riset ya, ya jadi eee banyak yang tadi saya bilang ee untuk kondisi sekarang pandemic nah ee, banyak temen-temen kita, ataupun saudara-saudara kita yang membutuhkan pekerjaan nah kita coba cari atau membuka lapangan pekerjaan sih gitu, ataupun apa ee bagaimana caranya temen-temen kita yang apa tidak bekerja ataupun memang membutuhkan uluran tangan kita, kita coba bantu” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

Informan ketiga menjelaskan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia juga melihat isu terkini yang berkaitan dengan para anggota dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Yang mana dengan adanya isu dan situasi yang sedang terjadi dapat berdampak kepada para anggota komunitas. Dari hal tersebut nantinya akan dilakukan pembicaraan agar bisa membantu anggota yang terdampak situasi yang sedang terjadi.

Dari ketiga Informan dapat dilihat bahwa ketiga informan mengatakan Komunitas Bikers Dakwah Indonesia telah melakukan analisis isu guna untuk melihat apa saja yang sedang terjadi ditengah masyarakat dan nantinya Bikers Dakwah Indonesia dapat membahas hal tersebut dan memecahkan masalah yang sedang terjadi.

Selanjutnya yang dilakukan dalam *formative research* adalah dengan melakukan riset terhadap intenal organisasi. Hal ini dilakukan agar komunitas Bikers Dakwah Indonesia dapat mengetahui kekurangan serta kelebihan dari para anggota dan pengurus dari komunitas. Serta dapat mengetahui juga karakter-

karakter dari Internal komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Bikers Dakwah Indonesia melakukan tahap riset internal organisasi guna melihat potensi-potensi dari para anggota dan juga para pengurus, untuk nantinya dapat menjalankan program yang direncanakan. Hal tersebut disampaikan oleh Informan kedua yaitu Fitri Wulandari selaku *co-founder* dan juga produser konten dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

“ohh untuk ngebagi formasi PIC program? Nah karna kalo udah kebentuk suatu kolam nih ka, komunita, disitu kan kita lihat nih anak-anak yang potensial yang bisa membantu dakwah, disitu kita bisa lihat nih contoh kayak misalkan a dan b dia komunikasinya bagus dia bisa ngomong bagus nah itu kita jadiin Humas. Terus ada lagi nih anak jalaran juga tapi dia pinter ngaji kita masukin dia jadi PIC bikers baca quran, terus ada lagi anak motor yang hobi touring, kan itu keliatan nih semakin kita pendekatan sama mereka, keliatan potensi-potensi apa yang bisa mereka kembangkan, jadi yang suka riding kita taro di divisi kopdar, terus yang suka ikut ziarah-ziarah kajian-kajian, itu masukin ke submori. Jadi begitu cara milah-milahnya” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Dari penjelasan informan kedua, dapat diketahui bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia melakukan riset terhadap internal organisasi untuk melihat potensi dari para pengurus dan juga anggota yang nantinya akan dijadikan penanggung jawab terhadap beberapa program yang dibuat oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Hal serupa juga dijelaskan oleh informan keempat yang merupakan penanggung jawab dari kegiatan komunitas Bikers Dakwah Indonesia yaitu Fabel. Melalui wawancara yang dilakukan, informan keempat ini menjelaskan bahwa perlu adanya riset terhadap anggota-anggota dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

“eee iya itu perlu, jadi sebelum kita cemplung gitulah ya kasaranya, kita perlu riset terhadap anggota-anggota kita, kita sebar luasakan di beberapa titik, misalnya. Jadi kalo misalnya ada situasi eee ada acara

anggota ataupun klub komunitas motor, ataupun, apapun itu lah nah kita paling engga hadir, turut untuk ee apa mengetahui apa aja sih yang terupdate, terkini, pada saat pandemic seperti ini terus juga program apanih kita menyesuaikan dengan situasi seperti ini” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

Dari jawaban informan kedua dan keempat, dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia telah melakukan tahap riset terhadap internal organisasi, dengan tujuan untuk bisa memahami potensi dan juga karakter dari masing-masing anggota, dan nantinya para anggota ataupun pengurus dapat menjalankan tanggung jawab untuk bisa menjalankan beberapa program dan kegiatan yang telah ditentukan.

Selanjutnya didalam *formative research* terdapat juga melakukan pengkategorisasian terhadap audiens ataupun target penonton. Hal itu dilakukan agar komunitas dapat mengetahui siapa-siapa saja yang menjadi target strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

Dalam hal ini komunitas Bikers Dakwah Indonesia melakukan tahap tersebut, sesuai dengan penjelasan dari Informan pertama yang menjelaskan beberapa kategori yang dijadikan target dakwah dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

“anak-anak motor, anak-anak yang lupa kepada Allah, anak-anak punk, anak-anak jalanan, anak-anak yang butuh rangkulan, bahkan anak-anak yang mungkin masih memakai narkoba. Itu target utama. Anak-anak yang jauh dari majelis intinya, anak-anak yang jarang, mungkin segan untuk datang ke majelis, mungkin segan bertemu orang yang bergamis, nah kita ada disini, kita yang nyamperin mereka. Ya ibaratnya kita tuh bersihkan selokan lah, karena orang-orang alim yang lain, orang-orang yang soleh yang lain, guru-guru besar kita mereka bersihin masjid, mereka bersihin majelis, kalo kita bersihin selokan” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Dari penjelasan informan diatas, dapat diketahui bahwa kategorisasi dari target dakwah yang dipilih oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia adalah anak-anak motor, atau orang-orang yang masih berada dipergaulan yang dapat dikatakan

bersifat negatif dan perlu dirangkul untuk bisa berubah menjadi lebih baik lagi. Terkait kategorisasi terhadap audiens dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia juga dijelaskan oleh informan kedua yaitu Fitri wulandari yang mengatakan bahwa:

“nah kalo dulu itu ya ka, kalo target konsep dasarnya bikers dakwah itu ga riset audience, tapi kita lebih ke menentukan audience kita mau kayak apa. Jadi kita tuh bikin kolam sendiri bukannya kolam yang udah ad akita tinggal masuk. Jadi kayak kita tulis nih, apa aja yang dibutuhin anak-anak zaman sekarang, oh dakwah yang engga menghakimi terus anak-anak yang hilang arah nih rata-rata anak-anak umur 15 sampe 25 tahun, nah ini anak-anak yang lagi mencari jati diri. Wah ini nih target kita, jadi kita tuh membentuk konsep sendiri, membentuk karakter dan target pasar sendiri disitu. Jadi kita yang tentuin, karena kalo tau target umur yang mau kita capai nih 15-25, nanti dengan sendirinya kaya pembuatan konten, pembuatan flyer Instagram, dan program-program itu akan mengikuti umur mereka” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Dari jawaban kedua informan diatas, dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia, melakukan tahap mengkategorisasi audiens ataupun target dakwah dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Yang mana dijelaskan bahwa target audiens dari Bikers Dakwah Indonesia adalah anak-anak motor ataupun orang-orang yang masih melakukan kegiatan-kegiatan yang negatif yang butuh rangkulan untuk bisa berubah menjadi lebih baik. Lalu lebih spesifik dijelaskan oleh informan kedua bahwa target utama dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia adalah orang-orang yang berumur mulai dari 15-25 tahun, dikarenakan menurut penjelasan dari informan kedua bahwa orang-orang yang berada di umur tersebut adalah orang-orang yang sedang mencari jati diri, sehingga membutuhkan bimbingan untuk bisa menjadi lebih baik lagi. Yang mana menurut data dari (Kemenkes, 2014) mengatakan bahwa umur tersebut adalah termasuk kedalam usia muda atau remaja.

Selain dari hasil wawancara yang dilakukan, peneliti juga melakukan observasi terkait tahap *formative research* didalam komunitas Bikers Dakwah

Indonesia. Yang mana komunitas Bikers Dakwah Indonesia telah melakukan analisis situasi dan isu terkini dengan menugaskan anggota yang merupakan pengurus, untuk melihat keadaan dan juga topik apa saja yang sedang menjadi isu serta pembahasan didalam masyarakat, baik melalui media masa ataupun pada saat terjun di lapangan. Selain itu komunitas Bikers Dakwah Indonesia juga melakukan tahap analisi terhadap organisasi, dengan melakukan rapat terkait dengan potensi-potensi apa saja yang dimiliki oleh para anggota Bikers Dakwah Indonesia.

Berdasarkan dari jawaban-jawaban yang diberikan informan terkait pertanyaan *formative research* serta observasi yang dilakukan diatas, dapat diketahui bahwa Komunitas Bikers Dakwah Indonesia sudah melakukan tahap *formative research* mulai dari tahap analisis situasi, analisis organisasi, hingga melakukan analisi publik. Yang mana hal tersebut sudah sesuai dengan strategi komunikasi yang dibuat oleh Smith yaitu tahap pertama adalah *analyzing the situation* yang merupakan langkah awal yang penting untuk melakukan suatu riset. Hal tersebut bertujuan untuk melihat adanya *oppurtunity* (peluang) dan juga dapat mengetahui rintangan yang sedang dirasakan oleh stakeholders dan juga para audiensnya. Bikers Dakwah Indonesia melakukan tahap tersebut dengan melihat situasi terkini, lalu situasi tersebut dilihat peluangnya untuk bisa dikembangkan menjadi sebuah konten.

Tahap kedua adalah *analyzing the organization*, yaitu melakukan analisa terhadap organisasi, hal tersebut diperlukan untuk mencapai sebuah kesepakatan yang dirasakan oleh organisasi didalam menanggapi situasi serta kondisi yang sedang dihadapi. Tahap tersebut juga telah dilakukan Bikers Dakwah Indonesia, yang mana Bikers Dakwah Indonesia melakukan riset terhadap internal komunitas dengan tujuan melihat potensi ataupun kekurangan dari anggota, pengurus, dan juga tim yang ada. Setelah melakukan hal tersebut nantinya Bikers Dakwah Indonesia dapat memilih siapa saja yang menjadi penanggung jawab ataupun pengurus dari Bikers Dakwah Indonesia.

Yang ketiga adalah *analyzing the public*, tahap ini memiliki 2 tujuan yang utama, yakni menentukan kelompok yang tepat, supaya sumber daya organisasi tidak sia-sia dan hal tersebut juga dilakukan guna memeriksa publik agar strategi komunikasi bisa berjalan dengan efektif. Pada tahap ini Bikers Dakwah Indonesia

melakukanya dengan cara menentukan target audiens/penonton dari konten ataupun kegiatan yang dibuat oleh Bikers Dakwah Indonesia dengan melihat dari demografi dan juga psikografi (Aufa, 2021).

Dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia belum melakukan pengkategorisasian penonton sesuai dengan teori Smith. Smith menjelaskan bahwa didalam kategorisasi, audiens dibagi menjadi 4. Yang pertama adalah *customers*, yaitu kelompok orang-orang yang menerima produk ataupun jasa. Yang kedua adalah *producers*, pihak yang memberikan input terhadap organisasi. Yang ketiga adalah *enablers*, yaitu pihak yang memiliki peran didalam pembentukan kebijakan. Dan yang terakhir adalah *limiters*, yakni pihak yang menentang kebijakn dari organisasi (Fathiya, 2022).

Pada tahap *formative research* juga peneliti dapat menghubungkan dengan konsep Konsep diri (*self*) didalam konsep interaksi simbolik. Yang mana komunitas Bikers Dakwah Indonesia, melihat dari masa lalu serta perilaku founder sebelum “Berhijrah” dari hal tersebut Bikers Dakwah Indonesia dapat menciptakan cara dakwah yang merangkul orang-orang yang memang diberikan stigma negatif oleh masyarakat ataupun publik.

4.2.2. *Strategy*

Strategi adalah hal penting dalam sebuah perencanaan *public relations*, komunikasi pemasaran, maupun bidang yang lainnya yang berkaitan. Strategi sendiri juga dapat diartikan sebagai keseluruhan dari rencana organisasi, yang mana meliputi apa yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan/organisasi serta bagaimana perusahaan/organisasi tersebut dapat mencapainya. Dalam strategi sendiri memiliki 2 fokus utama yaitu aksi yang dilakukan oleh organisasi dan juga isi pesan. Didalam strategi juga tedapat beberapa tahapan, diantaranya adlaah menetapkan tujuan dan sasaran, melakukan formulasi strategi dan aksi, dan yang terakhir adalah dengan melakukan komunikasi yang efektif (Halim, 2020).

Selain melakukan riset, untuk menjalankan strategi komunikasi yang baik dan benar adalah dengan membuat rancangan strategi-strategi yang akan

digunakan, untuk nantinya dijalankan oleh sebuah perusahaan ataupun komunitas. Bikers Dakwah Indonesia sendiri menggunakan beberapa strategi didalam menjalankan program dan juga kegiatan dakwahnya. Hal yang pertama yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan ataupun komunitas adalah dengan membuat target serta tujuan. Setiap perusahaan ataupun komunitas pasti memiliki target dan juga tujuan didalam menjalankan kegiatan, program, dan juga acara. Hal tersebut telah dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Didalam menjalankan segala kegiatannya, Bikers Dakwah Indonesia ini telah memiliki target serta tujuan yang harus dicapai. Terkait hal tersebut, telah disampaikan oleh Alfie Alfandy selaku founder dari Bikers Dakwah Indonesia.

“Target dan tujuan itu ada beberapa, yang pertama mereka semua kenal sama Allah kenal sama Rasulullah, target utama. Yang kedua mereka semua bisa berdakwah dengan cara mereka masing-masing dengan gaya mereka masing-masing, dengan inovasi mereka masing-masing, dikalangan mereka masing-masing. Kemudian yang ketiga mereka bisa bermimpi bertemu Rasulullah dan yang keempat mereka mati husnul khatimah. Itu target terbesar, siapa yang ga ingin mati husnul khatimah? Dan hak semua hamba Allah bisa, siapa saja, bagi yang mau” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Pernyataan dari Informan pertama menjelaskan bahwa target dan juga tujuan dari Komunitas Bikers Dakwah Indonesia adalah untuk memperkenalkan agama Islam. Serta informan 1 juga menjelaskan bahwa nantinya jika masing-masing anggota dari Bikers Dakwah Indonesia telah memiliki ilmu yang cukup, diharapkan mereka dapat melakukan kegiatan dakwahnya sesuai dengan gaya serta inovasi masing-masing. Hal tersebut juga disampaikan oleh Fitri Wulandari selaku co-founder dan juga konten produser dari Bikers Dakwah Indonesia yang memiliki penjelasan sebagai berikut:

“kalo target kita tuh Cuma satu ya, kita tuh memberikan wadah kepada mereka yang gamau ngaji, yang gamau kajian, kita bikin wadah untuk

mereka. Terus yang penting mereka itu kenal siapa tuhan nya, siapa nabinya, tau gitu loh kak, ga melupakan alif ba ta, itu doang sih sebenarnya simple, bukan yang muluk-muluk kayak wah hours hafidz Quran semua, engga. Mereka tau Alif Ba Ta aja berarti wah oke target gua udah tercapai” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Berdasarkan pernyataan informan diatas dapat diketahui bahwa komunitas Bikers Dakwah indonesia hadir untuk bisa menjadi tempat belajar bagi siapapun yang ingin memperdalam agama Islam. Hal serupa juga dikatakan oleh Fabel yang merupakan penanggung jawab kegiatan dan program di Bikers Dakwah Indonesia:

“Ya jadi untuk target kita ataupun program kita, kita merangkul nih temen-temen yang, pertama yang tidak bisa mengaji, terus juga yang memang butuhlah tuntunan gitu ya, jadi kita harus merangkul, kita sama-sama belajar disini, disini gaada yang senior ataupun junior, jadi semua sama-sama belajar, sama-sama ingin bisa, nah itu yang perlu kita dekati. Banyak orang-orang yang memang ee malu tapi dia gamau nanya gitu” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

Ketiga informan tersebut mengatakan bahwa target dan juga tujuan utama dari Bikers Dakwah Indonesia adalah untuk memberikan ilmu pengetahuan terkait agama Islam serta Bikers Dakwah Indonesia juga bisa menjadi wadah untuk belajar dan juga silaturahmi.

Setelah mengetahui adanya target dan tujuan tentunya komunitas Bikers Dakwah Indonesia harus mengetahui bagaimana cara mewujudkan target serta tujuan yang sudah dibuat. Cara mewujudkan target dan tujuan juga merupakan salah satu hal yang ada didalam menjalankan sebuah strategy. Hal tersebut disampaikan oleh Alfie Alfandy selaku Informan 1 didalam wawancara. Informan menjelaskan bahwa agar target dan tujuan bisa terwujud, program-program yang dibuat oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia harus memiliki kualitas.

“fokus pada program, istiqomah, tidak perlu dengan kuantiti tapi lebih fokus pada kualitas. Kita gapenting, mungkin diluar sana orang yang

lebih mementingkan jumlah. Kita jumlah anggota kurang lebih 2000 orang, apakah semuanya mereka jadi? Engga. Jauh dibawah itu yang jadi, dan kesenangan utama kami adalah, ketika mereka sampai tujuan, mereka sampai pada titik yang kita harapan. Itu adalah bayaran termahal bagi kami. Dan boleh digaris bawah, bikers dakwah tidak sama sekali memungut biaya sepeserpun, dari siapapun” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Berdasarkan jawaban dari informan diatas, dapat diketahui bahwa cara yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia untuk mencapai target dan juga tujuan yang sudah dibuat adalah dengan cara selalu fokus didalam menjalankan programnya serta mementingkan kualitas dibandingkan kuantitas. Hal serupa juga disampaikan oleh Fitri Wulandari selaku *co-founder* dan konten produser:

• “caranya ya istiqomah, fokus, konsisten, udah itu aja. Kayak ada atau gaada orang tetep jalan, gaada yang bantuin harus tetap jalan. Nah mungkin karena itu ya jadi pesat, kan Bikers Dakwah itu kan terhitung baru ya kalo untuk komunitas yang udah sebesar ini, termasuk baru banget. Tapi karena kita konsisten fokus dan istiqomah, ya mungkin disini Allah kasih jalan ka” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa hal yang dilakukan Bikers Dakwah Indonesia untuk bisa mewujudkan target dan tujuan adalah dengan menjalankan segala kegiatan yang sudah ada secara konisten dan juga fokus. Fabel selaku penanggung jawab program juga menjelaskan contoh kegiatan yang dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia didalam mewujudkan target dan juga tujuan.

“ya contohnya kita misalnya, tahun lalu kalo gasalah, kita sempet berbincang-bincang dengan anak punk, awalnya kan dia hanya ngamen yakan, nah terus ee akhirnya kita ngobrol kita merangkul dan sampe akhirnya ada kegiatan yang namanya silaturahmi nah disitu juga kita adain kajian ataupun e apa yabisa dibilang tuh sharing is caring nah seperti itu. Jadi target kita tuh gak harus yang eee apa, muluk-muluk,

jadi kita juga harus saling membantu satu sama lain” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

Dari jawaban ketiga informan diatas, dapat diketahui bahwa Bikers Dakwah Indonesia melakukan cara-cara yang dilakukan agar bisa mencapai target serta tujuan yang telah dibuat didalam proses strategi. Salah satu hal lain yang perlu dilakukan didalam menjalankan strategi adalah dengan cara menentukan media yang digunakan, khususnya didalam menjalankan atau menginformasikan segala bentuk kegiatan dan juga acara yang dibuat oleh sebuah perusahaan atau komunitas.

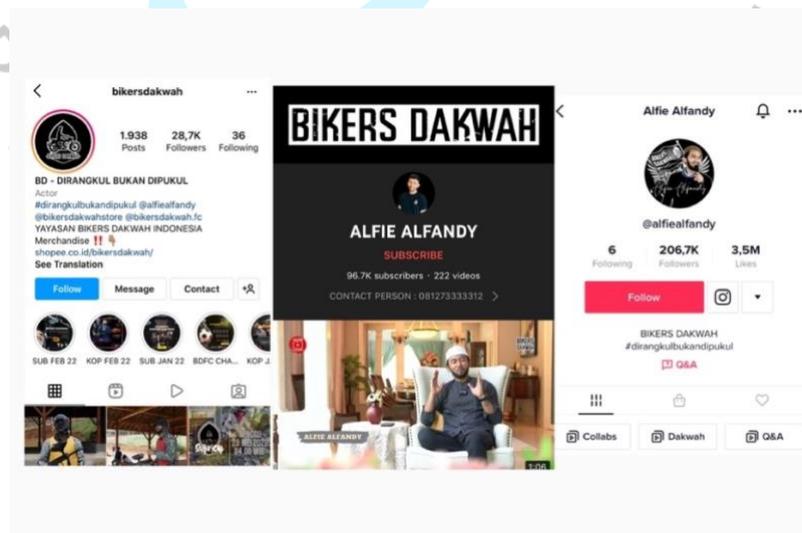
Didalam menentukan media yang dipilih, komunitas Bikers Dakwah Indonesia memiliki kriteria tertentu untuk memilih media yang akan digunakan untuk menyebarkan informasi. Hal tersebut dijelaskan oleh informan pertama yaitu Alfie Alfandy didalam proses wawancara.

“kita menggunakan media yang lagi hype sekarang, seperti Instagram, tiktok, kita bikin disitu. Kalo yang ga manfaat aja bisa viral kenapa kita engga?. Caranya bagaimana kalo di Instagram?, kita punya banyak anak-anak maka setiap chapter diseluruh indonesia kita tag mereka, mereka menyebarkan masing-masing, itu adalah promo yang masya Allah. Tanpa harus berbayar. Satu orang mengshare, satu di Medan, satu di Aceh, satu di Pekanbaru, satu di Padang, satu di Palembang, di Jawa, Papua. Dan itu akan menyebar, mereka memposting dan ternyata yang diposting itu manfaat, orang yang melihat pasti akan merepost lagi. Jadi targetnya adalah dakwah kita begitu, secara sosial media. Di Youtube kita bikin konten yang agak nyeleneh namanya, supaya orang notice. Contohnya di youtube kita bikin program BID’AH (bicara tentang hidayah). Kemudian konten BISPAK, bispak ini konotasinya kan negatif, tapi kita bikin itu yang artinya bicara seputar akhlak. Nah hal-hal tersebut yang kita pilih” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Melihat dari jawaban informan diatas dapat dikatakan bahwa didalam menentukan media yang digunakan komunitas Bikers Dakwah Indonesia memilih media yang sedang ramai digunakan oleh masyarakat luas. Hal tersebut juga dijelaskan oleh informan kedua yaitu Fitri Wulandari .

“ada, kaya kita dan tim pengurus tuh, kita punya pengurus kan, nah kadang mereka yang kasih saran, kasih masukan. Mungkin kayak Alfie kayak aku, kita udah sibuk mikirin jangka panjangnya Bikers Dakwah. Jadi kayak media yang dipake contoh kayak Instagram itu semua orang pake, tapi kalo kayak bigo live, kadang aplikasi-aplikasi yang biasanya dipakai untuk maksiat, nah itu kita dapet info dari member. Tapi gimana caranya kita juga harus bikin tapi untuk dakwah disitu. Jadi aplikasi atau media sosial yang kita pake itu kita dapet inputnya dari member, ntar mereka bilang tad ini main aplikasi ini, buat gini-gini, ahh oke kita siasati gimana caranya biar dakwahnya masuk disitu” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Dari jawaban diatas, dapat dilihat bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia menentukan media-media yang dipilih dengan cara melakukan koordinasi dengan para anggota didalam komunitas untuk menentukan media apa saja yang bisa dijadikan sarana untuk dakwah dari Bikers Dakwah Indonesia.



Gambar 4.2 Media yang dipilih Bikers Dakwah Indonesia

Melalui dokumentasi yang peneliti lakukan secara digital, peneliti melihat bahwa memang saat ini komunitas Bikers Dakwah Indonesia hanya memanfaatkan media sosial didalam menjalankan dakwah serta strategi komunikasi yang dilakukan. Dapat dilihat juga bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia sudah cukup berhasil memanfaatkan media sosial yang ada, hal tersebut bisa terlihat dari jumlah pengikut dari Komunitas Bikers Dakwah Indonesia ataupun dari media sosial Alfie Alfandy selaku founder Bikers Dakwah Indonesia yang memiliki jumlah pengikut yang sudah cukup banyak.

Berdasarkan jawaban dari kedua informan serta dokumentasi yang peneliti lakukan, dapat dijelaskan bahwa komunitas Bikers Dawkah Indonesia telah melakukan pemilihan media untuk menyebarluaskan informasi dan juga segala bentuk konten yaitu dengan cara memilih media yang sedang banyak digunakan oleh masyarakat, dan penentuan media-media yang dipilih adalah berdasarkan masukan dari para anggota serta pengurus yang terlibat didalam tahap produksi.

Selanjutnya masih didalam bagian strategi, yaitu adalah respon eksternal. Sebuah perusahaan atau komunitas harus melihat respon yang diberikan oleh pihak eksternal. Hal tersebut sangat penting sekali, agar sebuah perusahaan ataupun komunitas dapat menjadikan respon yang diberikan sebagai masukan untuk perusahaan ataupun komunitas.

Komunitas Bikers Dakwah Indonesia memiliki bentuk respon yang beragam yang didapatkan dari pihak eksternal. Hal itu dijelaskan oleh Alfie Alfandy selaku *founder* dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

“Respon berbagai macam, bahkan dari pemerintah sendiri pun agak kaget, tapi memang mereka pada akhirnya apresiasi, ternyata memplesetkan apa yang dipikirkan orang banyak, ternyata bukan itu tujuannya. Respon mereka Alhamdulillah positif, bahkan ya mohon maaf, yang nongkrong di Bikers Dakwah bukan hanya muslim saja. Nasrani, katolik, agnostic, atheis, nongkrong disini. Karena yang kita bicarakan adalah bukan perbedaan tapi persamaan. Jadi dengan gaya-gaya kita, BISPAK, RAKAB, BBQ, BID’AH, kaya gitu-gitu mereka

jadi apresiasi dan salut kepada Bikers Dakwah” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Berdasarkan penjelasan diatas, sejauh ini respon yang didapatkan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia dari pihak eksternal adalah respon yang positif, serta Bikers Dakwah Indonesia sendiri mendapatkan apresiasi dari pemerintah. Penjelasan serupa juga dijelaskan oleh Fitri Wulandari didalam wawancara yang telah dilakukan.

“Allhamdulillah sih semua pada support pastinya, dan bikers dakwah sering banget, banyak kebutuhan dimana kebutuhan itu nanti Allah cukupi tanpa kita mengeluarkan uang, itu bentuk dukungan dari pihak ketiga ya menurut aku, support dari mereka. Dan juga banyak juga nih kayak instansi partai-partai yang berbau politik itu banyak banget yang mau ngasih support untuk bikers dakwah, tapi kita tolak itu pasti karena apa? Karena kita gamau bikers dakwah yang kita udah bangun dari nol, kita jaga banget ini dicampuri sama dunia politik atau orang yang punya kepentingan, itu udah kita jaga dari awal kita gamau ngerusak itu, karena kita kan tujuannya buat dakwah bukan buat cari duit. Mungkin kalo tujuan kita buat cari duit ya kita akan terima itu semua orang yang kasih uang, yang ada kepentingan politik kita terima-terima. Tapi kan dakwahnya ganyampe. Bukan itu, kita pengen, mau dia partai apapun, mau dia jabatannya apapun, ya di Bikers Dakwah tetap nol, tetep jadi udah jadi tempat kita belajar bareng” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

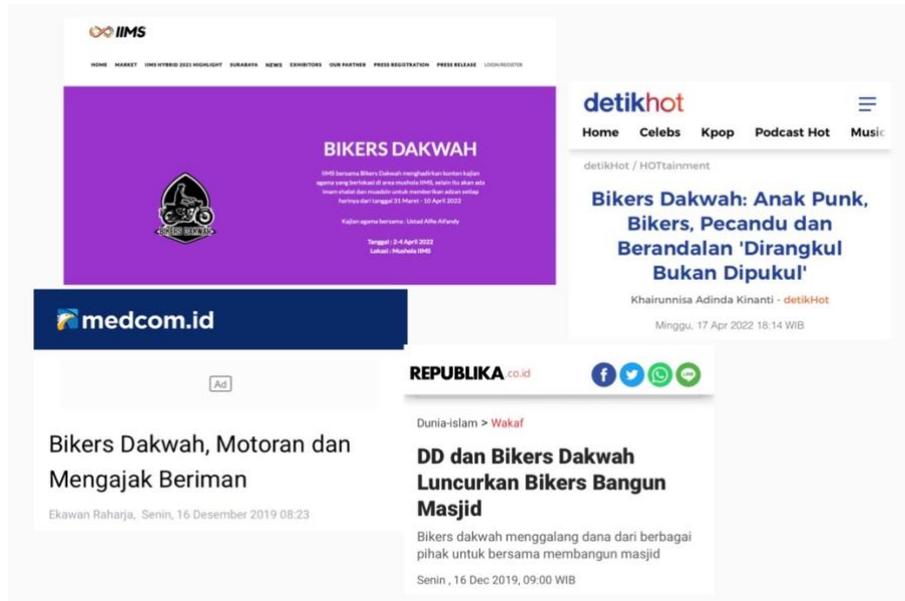
Hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa Bikers Dakwah Indonesia memiliki dukungan yang banyak dari pihak eksternal, bahkan tidak sedikit partai-partai politik yang ingin melakukan kerja sama dengan komunitas Bikers Dakwah Indonesia, namun hal tersebut tidak dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia dikarenakan tidak sesuai dengan tujuan awal dari Bikers Dakwah Indonesia. Selain itu bentuk respon dari pihak eksternal juga dijelaskan oleh Yudhas selaku Humas eksternal dari Bikers Dakwah Indonesia.

“Alhamdulillah sih program-program bikers dakwah selalu didukung oleh pihak-pihak eksternal. Terlebih teman-teman komunitas lain, yang memang ee mereka, tadi dapet info lagi katanya mereka “coba dong bikers dakwah ngadain program yang emang bisa bantu kita, dikomunitas kita” akhirnya tercetus program nanti sehabis lebaran eee jemput bola, jemput bola kedalam komunitas. Kita jadi ee apa memberi pengajar-pengajar ngaji terhadap mereka yang memang tujuannya adalah, yang tadinya gabisa ngaji didalam komunitas motor tersebut, bikers dakwah kirim mudaris atau pengajar ke komunitas tersebut. alhamdulillah selama ini responnya baik sih” (Yudhas Suliastriano, Hasil Wawancara, 24 April 2022)

Informan ketiga menjelaskan bahwa respon yang diberikan oleh pihak eksternal selalu baik. Bahkan sering sekali teman-teman dari pihak eksternal atau komunitas lain yang mendukung program-program dari Bikers Dakwah Indonesia. Pernyataan terkait respon eksternal juga dijelaskan oleh informan keempat yang menjelaskan juga bahwa respon yang didapatkan oleh Bikers Dakwah Indonesia selama ini merupakan respon yang positif.

“kalo dari pihak eksternalnya pun cukup antusias ya, dan alhamdulillah juga Bikers Dakwah sudah terkenal, jadi ee kita juga harus semangat untuk mengembangkan program-program yang ada, kita perkenalkan kembali bikers dakwah dikalangan yaa ee motor, ataupun mobil, apapun sih sebenarnya, yang eee bersifat positif ya buat kita juga buat sama temen-temen juga” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

Pada penjelasan informan diatas, terdapat penjelasan bahwa respon yang diberikan terhadap komunitas Bikers Dakwah cukup antusias, hal tersebut yang membuat komunitas Bikers Dakwah Indonesia terus memiliki semangat untuk mengembangkan segala program yang ada.



Gambar 4.3 beberapa respon dari pihak eksternal

Melalui dokumentasi yang peneliti lakukan, ditemukan bahwa respon dari pihak eksternal kepada Bikers Dakwah Indonesia sejauh ini sangat positif. Mulai dari pemberitaan-pemberitaan yang ada di media massa berskala nasional seperti Detik.com, Medcom.id. dan juga Republika.com. Yang mana pemberitaan-pemberitaan tersebut selalu memberitakan hal-hal positif terkait kegiatan-kegiatan yang Bikers Dakwah Indonesia buat. Serta terdapat juga beberapa pihak yang mengajak komunitas Bikers Dakwah Indonesia untuk melakukan kerja sama. Seperti gambar diatas bahwa Bikers Dakwah Indonesia dipercaya untuk melakukan kerja sama dengan *event* otomotif internasional yaitu *Indonesia Intenational Motorshow*. Tidak hanya itu Bikers Dakwah Indonesia juga dipercaya untuk bekerja sama membangun masjid.

Berdasarkan penjelasan keempat Informan diatas dan juga dokumentasi yang peneliti lakukan, dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia mendapatkan serta melihat respon yang diberikan pihak eksternal terhadap segala bentuk kegiatan, program dan juga acara yang dibuat oleh Bikers Dakwah Indonesia. Bentuk respon yang diberikan oleh pihak eksternal kepada komunitas Bikers Dakwah Indonesia adalah bentuk respon yang positif.

Lalu pada tahap strategy dijelaskan juga terkait bentuk komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Bentuk komunikasi sangat

berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah komunitas didalam menjalankan kegiatan, program, serta acara. Karena bentuk komunikasi dapat memperlihatkan karakter dari sebuah komunitas itu sendiri. Bentuk komunikasi sangat penting bagi setiap perusahaan atau organisasi untuk bisa memberikan pesan yang efektif. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh komunikator yang menyampaikan sebuah pesan, struktur pesan, pendekatan yang digunakan, serta termasuk kata dan juga simbol yang digunakan (Rudi, 2022).

Dalam menyampaikan dakwahnya Komunitas Bikers Dakwah Indonesia memilih bentuk komunikasi membuka dialog dan juga melakukan komunikasi persuasif. Hal tersebut disampaikan oleh *founder* dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

“Kalo di Basecamp kita bikin dialog, diskusi, curhat. Disini kita bikin di hari RAKAB tuh abis kaji kitab kita ada dialog di basecamp. Tapi kalo diluar kita persuasif tapi gak langsung tiba-tiba dateng lu gua ceramahin, lagi minum diceramahin ini haram masuk neraka, gak gitu, biarin aja. Jadi bagaimana dakwahnya jadinya? Nanti akan Allah gerakan hati mereka untuk bertanya tanpa katakana kita siapa. Karena nur dalam diri kita nur sayyidina Muhamad SAW, itu ada dalam diri kita, ketika kita mempelajari kitab-kitab orang-orang sholeh” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Dari penjelasan informan diatas, dijelaskan bahwa bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia adalah dengan cara membuka dialog dan juga menggunakan komunikasi persuasif, namun hal tersebut tergantung dimana proses dakwah itu dilakukan. Hal serupa juga dijelaskan oleh informan kedua yang menjelaskan tentang bentuk komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah. Indonesia.

“Persuasi Alfie tuh lebih ke pendekatan sebagai temen, Alfie tuh selalu gini ya, dia gaakan mulai sesuatu tentang agama kalau dia gaditanya.ehh iya, kayak diawali dengan ngobrol-ngobrol, nanti satu orang nanya tentang agama aja nih udah jebret, baru dia bahas” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Informan kedua menjelaskan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh founder yaitu Alfie Alafandy yaitu melakukan persuasi dengan cara melakukan pendekatan dengan cara melakukan obrolan-obrolan terkait agama. Informan ketiga juga menjelaskan bagaimana cara komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

“yang pasti kita dapat amanah dari founder, dari awal banget kita berdiri, founder selalu bilang kita ini harus ketemu sama mereka, silaturahmi, siapa dari eksternal, apapun, dari komunitas apapun, segala macem, kita harus ketemu, jangan sampe nanti via sosial media, kalo bis akita ketemu sama mereka, silaturahmi” (Yudhas Suliastriano, Hasil Wawancara, 24 April 2022).

Dilihat dari jawaban informan ketiga bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia melakukan komunikasi membuka dialog dengan cara mendatangi komunitas-komunitas eksternal yang ada. Fabel, informan keempat juga menjelaskan bahwa bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia, terdapat 2 cara yaitu komunikasi persuasif dan juga membuka dialog.

“kalo itu sih dua-duanya sih bisa, jadi kita bener-bener harus mendengarkan secara baik-baik, apa aja sih yang dikeluh kesahkan oleh temen-temen ataupun saudara-saudara kita, gitu yah. Jadi ee kit aga harus menjudge a atau b, tapi kita dengarkan dulu apa aja permasalahnya baru kita mencari solusi, seperti itu” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

Berdasarkan hasil wawancara, keempat informan menjelaskan bahwa komunitas Bikers Dawkah Indonesia melakukan bentuk komunikasi yang bersifat persuasif dan juga membuka dialog didalam melaksanakan segala bentuk kegiatan, program, dan juga acara yang dibuat. Hal tersebut dilakukan agar kegiatan dakwah dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia dapat diterima ditengah-tengah masyarakat. Selanjutnya yang masih termasuk kedalam faset strategi adalah adanya simbol-simbol yang digunakan oleh sebuah perusahaan ataupun organisasi. Karena

simbol juga merupakan salah satu hal yang bisa menyebabkan ataupun mempengaruhi berjalannya komunikasi yang efektif atau tidak. Bikers Dakwah Indonesia sendiri memiliki beberapa simbol yang terdapat didalam komunitasnya. Hal tersebut dijelaskan oleh informan pertama, yaitu Alfie Alfandy terkait simbol-simbol yang ada di komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

“Ada, kalo misalnya dilogo yang pertama mungkin temen-temen bisa liat semua. Disimbol awal itu ada gambar motor dibelakangnya itu kaya ada bentuk kubah hitam, sebenarnya itu bukan kubah, itu sandal nabi. Lalu kenapa ada motor disitu?. Kita berharap anak-anak motor dakwah kemanapun itu tetap mengikuti jejaknya nabi Muhamad SAW. Nah kemudian kaya dirangkul bukan dipukul itu ada maknanya, kemudian ada satu baju kaos yang kita jual, ada gambar motor sama kuburan, tulisannya sering-sering mampir biar inget pulang. Maksudnya apa? Banyak-banyak ingat mati, biar selamat pulangnya. Jadi kalo simbol terselip itu ada. don't judge me gambar berantakan, ternyata ada ayatnya. Terus kemudian hanyalah calon bangkai, gambar muka ane setengah manusia, setengah tengkorak, karena kita semua adalah calon bangkai” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Dari penjelasan informan pertama dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia menggunakan simbol-simbol tertentu untuk memberikan pesan tersendiri terhadap masyarakat. hal tersebut juga dijelaskan oleh informan kedua yang mengatakan bahwa terdapat simbol-simbol yang dimiliki Bikers Dakwah Indonesia yang memiliki pesan didalamnya.

“kalo logo, itu kan ada gambar motor, gambar motor tuh melambangkan sosok Alfie, yang naik motor yang klasik ya disini. Kenapa ga matic dan lain-lain, karena biar segmented, terus bikers dakwah itu ya karena dia seorang bikers yang berdakwah. Terus di backgroundnya itu kan ada lambing yang mirip terompah nabi, itu melambangkan kayak napak tilas perjalanan nabi untuk dakwah, yang enggak memukul, yang naabi tuh malah orang yang yahudi dan ngejudge dia dirangkul, nah jadi kita berlandaskan itu. Jadi seorang

bikers yang bedakwah ini tetep dibawah ee maksudnya dibawah tuntunan dari nabi Muhamad” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Informan kedua juga menjelaskan bahwa logo-logo yang terdapat didalam Bikers Dakwah Indonesia memiliki arti yang mana didalam simbol tersebut juga terdapat pesan dakwah didalamnya. Hal terakhir yang terdapat didalam menjalankan strategi adalah slogan. Slogan sendiri merupakan sebuah kalimat yang mana kalimat tersebut dapat menggambarkan identitas dari suatu perkumpulan. Bikers Dakwah Indonesia sendiri memiliki slogan yang mana slogan tersebut diharapkan bisa menjadi representasi dari cara dakwah yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Slogan yang selalu disosialisasikan oleh Bikers Dakwah Indonesia adalah “Dirangkul Bukan Dipukul”, hal itu juga dijelaskan dalam wawancara oleh Alfie Alfandy selaku *founder* dari Bikers Dakwah Indonesia.

“Ya berdakwah itu merangkul bukan memukul, mengajak bukan menginjak, dirangkul. Mereka itu ketika orang salah dirangkul, bukan tiba-tiba elu salah, bukan seperti itu. Tetapi dakwah dengan santun dengan akhlak. Itulah dirangkul bukan dipukul, dirangkul dulu diajak ngobrol santai, engga tiba-tiba nasehatin. Karena kalo langsung tiba-tiba dinasehatin, orang lagi giting, orang lagi mabuk dinasehatin pasti kesal. Jadi bikin nyaman, jadi sahabat kalo udah nyaman maka seluruh hatinya akan keluar maka disitu mulai menasehati” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia dengan slogan “Dirangkul Bukan Dipukul” bisa melakukan kegiatan dakwahnya dengan cara mengajak dengan cara yang santun untuk bisa mengenal agama Islam. Hal yang sama juga dikatakan oleh Informan kedua yaitu Fitri wulandari, yang menjelaskan tentang maksud dari slogan “Dirangkul Bukan Dipukul”.

“artinya ya, ketika kita udah ketemu orang yang berseberangan, bahkan dia masih maksiat atau apa, y akita ga harus memukul dia gitu loh, ga harus ngejudge dia, orang kaya gitu harus kita rangkul, nah karena balik ke Alfie dia mengalami di diri dia sendiri. Saat dulu dia lagi error itu kan, kalo dia dipukul di judge dia malah makin jauh, tapi kalo Alfie dirangkul dia akan merasa, oh ternyata islam itu indah ya, dan lebih nyaman” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Penjelasan informan kedua juga menjelaskan bahwa slogan tersebut memiliki arti bahwa ketika Bikers Dakwah Indonesia melihat orang-orang yang tidak memiliki kesamaan pemikiran, justru Bikers Dakwah Indonesia hadir untuk merangkul dan tidak melakukan *judgment* terhadap orang-orang yang dianggap berbeda. Informan keempat juga menjelaskan bahwa Bikers Dakwah Indonesia hadir untuk bisa mendukung orang-orang yang masih malu untuk mulai belajar terkait agama Islam.

“yaa jadi slogan dirangkul bukan dipukul tuh seperti yang tadi kita bicarakan, jadi kita merangkul semua temen-temen nih yang memang butuh, butuh support lah, jadi yang tadi malu buat ngaji, malu buat mengenal agama, nah itu tugasnya kita untuk merangkul temen-temen, jadi ee jangan sampe temen-temen kita tuh yang tadinya mau maju karena malu jadi yah udah akhirnya mundur, gituu” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

Dari penjelasan ketiga informan diatas dapat dikatakan bahwa slogan dari Bikers Dakwah Indonesia yaitu “Dirangkul Bukan Dipukul” termasuk kedalam salah satu strategi dari Bikers Dakwah untuk bisa memperkenalkan karakter dari Bikers Dakwah Indonesia yaitu melakukan aktivitas dakwahnya dengan damai, sopan, dan juga merangkul orang-orang tanpa adanya penghakiman kepada orang-orang yang memiliki perbedaan dengan Bikers Dakwah.

Didalam observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti sering kali mendapatkan bahwa ustad Alfie Alfandy, selaku pendiri dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia, selalu menyebutkan bahwa tujuan dari didirikannya komunitas

Bikers Dakwah Indonesia adalah agar para anggota-anggota ataupun masyarakat dapat lebih mendalami agama Islam, dan mau selalu belajar untuk menjadi lebih baik lagi. Selain itu didalam observasi yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti juga menemukan bahwa didalam memilih bentuk komunikasi yang efektif, komunitas Bikers Dakwah Indonesia melalui *founder* yaitu ustad Alfie Alfandy, selalu menyempatkan untuk membuka dialog pada saat kegiatan-kegiatan dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia berlangsung. Dengan begitu komunikasi yang terjadi didalam ataupun diluar komunitas dapat menjadi lebih aktif.

Berdasarkan jawaban infroman dan observasi mengenai fase *strategy* dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia telah melaksanakan tahap yang pertama didalam taktik, yaitu menetapkan tujuan dan juga sasaran. Pada tahap ini Bikers Dakwah Indonesia telah menentukan target serta tujuannya yaitu dapat memperkenalkan agama islam kepada publik, serta dapat merangkul orang-orang yang memang ingin belajar lebih dalam lagi tentang agama Islam. Serta tujuan dari Bikers Dakwah Indonesia adalah bisa menjadi wadah bagi orang-orang yang ingin berproses menjadi lebih baik lagi.

Selanjutnya Bikers Dakwah Indonesia juga melakukan tahap kedua dalam fase *strategy*. Yaitu tahap memformulasikan aksi serta strategi respon. Pada tahap ini Bikers Dakwah Indonesia berusaha fokus dan konsisten didalam membuat program-program. Lalu Bikers Dakwah Indonesia juga mulai menentukan media-media apa saja yang akan digunakan untuk bisa menyebarluaskan konten-konten, program, serta kegiatan yang dibuat. Selanjutnya Bikers Dakwah Indonesia juga melihat respon-respon yang diberikan publik kepada komunitas.

Tahap yang juga dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia dalam menjalankan fase *strategy* adalah dengan menciptakan komunikasi yang efektif. Hal tersebut dilakukan Bikers Dakwah Indonesia dengan menggunakan membuka dialog serta melakukan juga komunikasi-komunikasi persuasif didalam menjalankan aktifitas dakwahnya.

4.2.3. Tactics

Setelah adanya strategi, taktik merupakan hal yang harus buat dan dilakukan untuk bisa menjalankan strategi komunikasi. Taktik merupakan elemen yang terlihat dari perancangan strategis. Taktik juga merupakan sebuah cara untuk bisa mencapai sebuah target dan juga tujuan komunikasi. Karena banyaknya pilihan media yang bisa dimanfaatkan sebagai media untuk berkomunikasi, maka pemilihan taktik yang tepat sangat diperlukan supaya komunikasi yang terjadi lebih efektif (Aufa, 2021).

Setelah melakukan riset dan juga menyusun strategi, tentunya setiap perusahaan ataupun komunitas memiliki taktik yang digunakan supaya bisa mencapai target yang ditentukan semaksimal mungkin. Bikers Dakwah Indonesia memiliki taktik yang digunakan untuk bisa mencapai hal tersebut. Hal itu dijelaskan oleh Informan pertama didalam wawancara mendalam.

“Taktik kita mengutus orang, jadi kalo misalnya mereka gamasuk, mereka mental, baru kita yang turun kelapangan. Ohh cara dia yang salah, taktiknya kita melihat siapa targetnya sih? Oh kayanya kau cocok masuk situ, kau masuk situ. Terus gimana caranya? Loh itu kan kesukaan kau harusnya kau faham gini-gini, jadi kasih tau dulu anak-anak yang memang dunianya seperti itu penjabarannya gini-gini dia masuk kebawah turun kelapangan kalo gakuat mereka mental dan balik kesini baru kita yang turun” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Sesuai dengan jawaban diatas, dapat diketahui bahwa taktik yang dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia adalah dengan melakukan aksi langsung ke lapangan. Dengan melakukan pendekatan-pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Penjelasan taktik juga dijelaskan oleh Informan kedua didalam wawancara terkait taktik yang digunakan oleh Bikers Dakwah Indonesia.

“Taktiknya, mungkin tata bahasa yang ga ngejudge aja sehingga mereka nyaman, pokoknya taktiknya tuh buat mereka nyaman dulu,

baru nanti mereka kenal” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Dari penjelasan dari informan kedua, dapat dilihat bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia memiliki taktik yaitu dengan cara selalu menggunakan tata bahasa yang sopan, tanpa adanya *judgement*. Sehingga diharapkan masyarakat dapat menerima cara dakwah yang dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia. Hal itu juga dijelaskan oleh Informan keempat, terkait dengan taktik atau cara yang dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia.

“taktiknya itu kita gak langsung ngomong tentang agama ya, jadi kita bener-bener kayak ngobrol layaknya temen ajasih gitu, kenalan, dari mana, terus kita gak langsung apa, masuk kedalam inti apasih islam, lu apa-apa, enggak, jadi kita bener-bener merangkul eee ngobrol, kita sharing, gitu sih” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

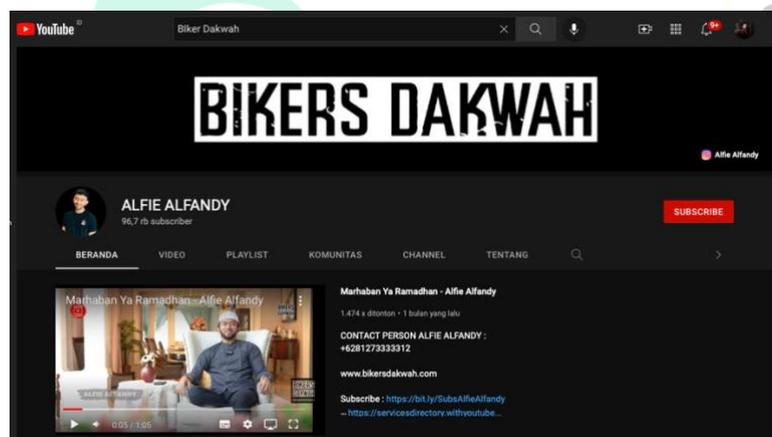
Berdasarkan dari jawaban ketiga Informan diatas, dapat dikatakan bahwa taktik yang digunakan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia adalah dengan cara terjun langsung kedalam masyarakat serta Bikers Dakwah Indonesia menggunakan cara-cara pendekatan kepada masyarakat dengan menggunakan serta memilih tata bahasa yang tidak ada unsur *judgement* didalamnya.

Peneliti juga melakukan dokumentasi terkait taktik yang dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia. Yang mana bentuk dokumentasi dari peneliti adalah *screenshoot* dari akun youtube komunitas Punk Tebet Peduli yang pernah terlibat didalam program Bikers Dakwah Indonesia.



Gambar 4.4 Silaturahmi dari Bikers Dakwah Indonesia dengan komunitas Punk Tebet Peduli

Gambar diatas adalah salah satu bentuk taktik dari komunitas Bikers Dawkah Indonesia, yang mana Bikers Dakwah Indonesia melakukan kegiatan terjun langsung kelapangan untuk bertatap muka untuk saling bertukar informasi dan juga berinteraksi dengan pihak eksternal yang juga menjadi target dakwah dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Salah satu bagian dari taktik adalah dengan memanfaatkan *organizational media*, yaitu pemanfaatan media untuk bisa menyebarkan informasi terkait sebuah perusahaan atau komunitas yang diproduksi sendiri. Peneliti melakukan dokumentasi terkait salah satu media yang digunakan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia.



Gambar 4.5 Youtube Alfie Alfandy

Salah satu media yang digunakan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia dalam memproduksi informasinya sendiri adalah memanfaatkan *channel* youtube dari founder yaitu Alfie Alfandy.

Namun disini Bikers Dakwah Indonesia belum pernah memanfaatkan media berbayar untuk bisa mempromosikan kegiatan, program, dan juga acara yang dibuat oleh Bikers Dakwah Indonesia. Hal tersebut disampaikan oleh Alfie Alfandy didalam wawancara.

“Alhamdulillah belum, jadi kita memang sudah ada kegiatan, masyaAllah yang melihat dan viral tanpa adanya booster-boosters gitu” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Penjelasan Informan pertama menjelaskan bahwa selama ini Bikers Dakwah Indonesia belum memilih untuk memanfaatkan media berbayar untuk melakukan promosi dikarenakan menurut informan, selama ini kegiatan dan juga konten-konten yang dibuat oleh Bikers Dakwah Indonesia sudah cukup banyak yang melihat bahkan viral. Fitri Wulandari selaku informan kedua juga mengatakan hal yang serupa terkait pemanfaatan media berbayar.

“kalo bikers dakwah sih Alhamdulillah gapernah ngiklan-ngiklan atau bayar-bayar, karena kayak Alfie sendiri kan dia public figure, kadi dengan dia posting pun itu menurut aku promosi yang gratis ya. Terus juga dari beberapa temen artis yang support kita, kadang mereka pake kaos kita ngetag, itukan juga termasuk promo yang ga berbayar ya ka, jadi menurut aku gaperlu sih” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Dari jawaban dari kedua informan diatas, dapat diketahui bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia dirasa belum memiliki kebutuhan untuk dapat memanfaatkan media berbayar untuk melakukan promosi. Kerena menurut infroman bahwa Alfie Alfandy adalah seorang *public figure*, jadi dengan dia mengunggah konten-konten yang dibuat oleh Bikers Dakwah Indonesia, hal tersebut juga sudah termasuk sebagai promosi yang dilakukan. Selain itu Bikers Dakwah Indonesia juga terkadang mendapatkan exposure melalui teman-teman-teman *public figure* lainnya, yang memang tergabung didalam komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

Terkait dengan pemanfaatan media promosi, peneliti juga melakukan dokumentasi terhadap cara-cara lain yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia, salah satunya adalah dengan cara bekerja sama dengan televisi dengan cara menjadi narasumber didalam *talkshow* yang memang ingin mengangkat komunitas Bikers Dakwah Indonesia.



Gambar 4.6 Alfie Alfandy memperkenalkan Bikers Dakwah Indonesia pada acara Kick Andy Show di Metro TV

Pada hasil dokumentasi yang peneliti lakukan, dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia juga telah melakukan salah satu fase dari taktik komunikasi yaitu memanfaatkan taktik *news media* yaitu dengan bekerja sama dengan salah satu acara yang ada didalam media televisi yaitu Kick Andy Show di Metro TV.

Berdasarkan dari jawaban informan dan juga dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti, dapat dikatakan bahwa Bikers Dakwah Indonesia sudah melakukan beberapa fase didalam taktik strategi komunikasi, salah satunya adalah dengan cara memanfaatkan kerja sama dengan *news media* yaitu dengan cara menjadi pembicara didalam salah satu *talkshow* yang ada ditelevisi. Namun sayangnya komunitas Bikers Dakwah Indonesia belum memanfaatkan taktik *advertising and promotional media* yang mana hal tersebut berarto pemanfaatan pemasangan iklan, baik itu di koran, majalah, radio, dan televisi secara berbayar (Anis, 2013).

Selanjutnya didalam melaksanakan taktik, terdapat pembuatan rincian anggaran dan juga jadwal terkait program-program dan juga kegiatan yang dibuat oleh sebuah perusahaan ataupun komunitas. Hal ini juga dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia didalam menjalankan taktik, dapat dilihat berdasarkan hasil wawancara dengan informan pertama yaitu Alfie Alfandy.

“anggaran pasti lah, anggaran butuh, karena perincian pengeluaran dan pemasukan itu harus ada, kalo bikin anniversary kaya kemarin itu kita butuh kurang lebih 250 juta. Ya harus ada anggaran biar jelas. Dan untuk pengeluraan output input harus jelas. Bagaimana juga ini acara didunia bukan di akhirat. Dan kalo ditanya dari mana uangnya, itu beda

sendiri, anak-anak tetap tidak dipungut biaya seperak pun” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Dari jawaban diatas dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia melakukan pembuatan anggaran untuk segala bentuk kegiatan yang akan dibuat oleh Bikers Dakwah Indonesia. Hal itu juga dikatakan oleh informan ketiga yang menjelaskan juga terkait anggaran dan juga jadwal yang dibuat oleh Bikers Dakwah Indonesia.

“kalo anggaran kita punya bendahara pasti, setiap-setiap program ada anggaran, terus kalo scedhule, memang sudah scehedule dari awal sih setiap program bikers dakwah, jadi memang sudah terjadwal program dari bikers dakwah, sudah terjadawal”. “ya schedule itu sudah terbentuk dari awal, kalo program-program bikers dakwah yang pertama itu supaya tidak bentrok dengan kegiatan-kegiatan lainnya, jadi semua kegiatan bikers dakwah lah, dari kopdar, submori itu sudah terschedule. Dan ditemen-temen chapter pun udah ada, jadi temen-temen chapter yang khususnya di jabodetabek ketika mengadakan kegiatan bikers dakwah, dan mereka sudah tau kegiatan pusat, biasanya mereka tuh selalu mengalihkan ke hari lain atau tanggal lain” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Informan ketiga menjelaskan bahwa setiap anggaran dan jadwal sudah ditetapkan sejak awal. Lalu terkait jadwal dari kegiatan Bikers Dakwah Indonesia, dibuat untuk menghindari adanya jadwal yang bertabrakan antara kegiatan yang satu dengan kegiatan yang lainnya. Sehingga jadwal dan juga anggaran yang dibuat memiliki kejelasan. Hal serupa juga dijelaskan oleh informan keempat didalam wawancara yang dilakukan mengenai pembuatan anggaran dan juga jadwal dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

“yaitu untuk eee rencana, anggaran, schedule itu semua udah terpikirkan ya, udah terorganisir, jadi udah dipikirkan matang-matang. Jadi kita gak semata-mata ngebuat acara tanpa embel-embel sih gitu” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

Dari pernyataan dari ketiga narasumber diatas, dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia melakukan salah satu dimensi dari taktik yang

ada pada strategi komunikasi. Yaitu dengan melakukan pembuatan rancangan anggaran dan juga jadwal terkait dengan kegiatan yang dibuat oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti dilapangan, ditemukan juga bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia melakukan taktik komunikasi dengan cara membuat beberapa program yang bersifat tatap muka, seperti halnya program silaturahmi dan juga submori. Hal tersebut dilakukan agar kegiatan dakwah dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia lebih efektif. Selain itu pada observasi yang dilakukan juga ditemukan bahwa dalam memanfaatkan *organizational media*, Bikers Dakwah Indonesia sering kali memproduksi konten-konten, yang nantinya konten-konten yang telah dibuat, disebarluaskan melalui media sosial yang dimiliki oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia dan juga pendiri Bikers Dakwah Indonesia, yaitu ustad Alfie Alfandy.

Berdasarkan jawaban, observasi dan juga dokumentasi yang dilakukan, dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia telah melaksanakan tahap ketiga dari strategi komunikasi dari Smith, yaitu *tactics*. Bikers Dakwah Indonesia telah melaksanakan pemilihan taktik komunikasi yang pertama yaitu dengan cara melakukan komunikasi tatap muka. Yakni dengan cara turun langsung ke lapangan untuk menjalankan dakwahnya dengan menggunakan tata bahasa yang tidak ada kalimat *judgment* didalamnya.

Berdasarkan hasil dokumentasi, Bikers Dakwah Indonesia juga memanfaatkan *organizational media*, yaitu dengan memproduksi program dan juga konten didalam youtube Alfie Alfandy. Lalu komunitas Bikers Dakwah Indonesia juga telah memanfaatkan *news media*. Yakni dengan melakukan kerja sama dengan beberapa *talkshow* di televisi dengan menjadi narasumber, untuk membahas tentang komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

Terakhir menerapkan tahap taktik dengan cara melakukan pembuatan anggaran dan juga jadwal ataupun *rundown* dari program-program yang telah dibuat dan ditentukan. Hal tersebut sesuai dengan tahap ketiga dari taktik strategi komunikasi dari Ronald D Smith yang mana dijelaskan terdapat tahap empat taktik komunikasi yang ada, yaitu dengan melakukan komunikasi tatap muka, organisasi media, media berita, iklan dan media promosi lainnya. serta yang selanjutnya

adalah dengan membuat atau mengembangkan anggaran serta jadwal waktu dari program-program komunikasi yang telah dilakukan (Nurida Soraya, 2020).

4.2.3. *Evaluation*

Tahap yang terakhir didalam menjalankan strategi komunikasi adalah membuat evaluasi atau disebut dengan tahap *evaluation research*. Pada fase ini meliputi kegiatan evaluasi dan juga penilaian untuk dapat menentukan derajat seberapa berhasilnya sebuah program dari hasil yang telah dicapai. Fase evaluasi ini juga dapat dimanfaatkan untuk pedoman didalam melakukan modifikasi ataupun perubahan serta penyempurnaan bagi program, acara, ataupun kegiatan yang akan dibuat selanjutnya (Titis, 2019).

Bikers Dakwah Indonesia selalu melakukan kegiatan evaluasi setelah menjalankan sebuah program acara maupun kegiatan-kegiatan. Baik itu kegiatan yang bersifat mingguan, bulanan, hingga tahunan. Hal tersebut dikatakan oleh Informan 1 yaitu Alfie Alfandy didalam wawancara yang telah dilakukan.

“Kita duduk sebulan sekali itu duduk bareng, dan laporan. Bagaimana nih? Kemarin kurangnya begini, terus yang lain gimana? Kemarin kita bikin acara disuruh bubar karena terlalu ramai. Berarti evaluasinya apa? Ohh berarti evaluasinya apa? Kita bikin hybrid, live ada orangnya juga ada. lalu bagaimana olahraga mahal nih? Kuda mahal, oke caranya gimana? Kita bekerja sama sama orang” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Dari jawaban informan 1 dapat dikatakan bahwa Bikers Dakwah Indonesia melakukan kegiatan evaluasi dengan cara membuat laporan pada saat dilakukan pertemuan yang membahas tentang program-program yang sudah dijalankan. Hal itu juga dikatakan oleh informan kedua, yaitu Fitri Wulandari yang menjelaskan tentang bagaimana evaluasi yang dilakukan Bikers Dakwah Indonesia dalam melakukan evaluasi.

“kalo evaluasi ada setiap setahun sekali kita ada namanya rakernas dan mubes, sudah tiga kali ya berarti, ini tahun keempat kan. Jadi setiap di akhir tahun tuh biasanya di desember, atau di awal tahun kita bikin rakernas dan mubes. Mubes buat pergantian pengurus, karena setiap tahun kita harus ganti dengan orang-orang yang baru, biar selalu update. Kita gamau pengurusnya itu-itu aja, karena kan ga update nih. Target kita kan tadi umur 15-25 jadi pengurus-pengurus tuh yang kita ambil malah umurnya dibawah 25 tahun itu jadi pengurus. Terus kita juga ada rakernas, kita akan review apa setahun sebelumnya yang harus diperbaiki, atau ada program yang ga berjalan, itu di rakernas” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Dapat dilihat dari jawaban informan 2 yang menjelaskan bahwa Komunitas Bikers Dakwah Indonesia memiliki evaluasi tahunan yang disebut dengan Rakernas dan Mubes. Hal itu dilakukan untuk melakukan evaluasi sekaligus pergantian pengurus dari Bikers Dakwah Indonesia. Hal itu dilakukan agar Bikers Dakwah Indonesia bisa selalu *update* mengikuti perkembangan zaman. Maka dari itu pengurus-pengurus yang dipilih adalah anggota yang memiliki umur tidak lebih dari 25 tahun. Selain itu Rakernas dilakukan agar Bikers Dakwah Indonesia bisa mengetahui apa saja program-program yang sekiranya tidak berjalan dengan baik. Lalu selanjutnya adalah jawaban dari informan ketiga yang menjelaskan terkait bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

“kalo evaluasi biasanya dilakukan sama dari mudaris kali ya, kaya tadi kita mendapat evaluasi terhadap eee kegiatan-kegiatan kita di chapter selama bulan puasa bulan Ramadhan. Nahh nanti ketika kita kita meeting atau ngumpul bareng, nanti biasanya mudaris yang menjelaskan evaluasinya harus seperti apa, kayak gimana gitu, untuk internalnya sih. Kalo untuk eksternal sih eee evaluasinya ya paling buat temen-temen yang pernah kerja sama sama kita, gapernah putus sih paling” (Yudhas Suliastriyono, Hasil Wawancara, 24 April 2022).

Dari jawaban diatas dapat dilihat bagaimana evaluasi yang dilakukan adalah dengan cara melaksanakan *meeting* bersama para “mudaris” atau bisa dibilang

guru-guru yang mengajar di komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Hal yang sama juga disampaikan oleh informan keempat yang menjelaskan bentuk evaluasi yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

“yaaa meeting, dari semua chapter jabodetabek itu biasanya kita adain meeting, kita tanya perchapter tuh apasih kesulitannya di chapter-chapter lain jadi kit acari solusinya bareng -bareng, gitu” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

Informan keempat menjelaskan bahwa evaluasi yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia adalah dengan cara mengadakan meeting dan memanggil semua *chapter* dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia yang ada di Jabodetabek, dan menanyakan apa saja yang menjadi kendala dan juga kesulitan selama menjalankan program-program dan juga acara yang dibuat.

Selanjutnya pada tahap evaluasi dijelaskan juga terkait tentang bentuk evaluasi yang dilakukan komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Hal tersebut dijelaskan oleh Informan pertama yang menjelaskan bahwa bentuk evaluasi yang dilakukan komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

“bertahap, gabisa tiba-tiba langsung brek gitu. Kita harus bertahap mempelajari dan mencari jalan keluar sama-sama” (Alfie Alfandy, Hasil Wawancara 12 April 2022).

Informan pertama menjelaskan bahwa bentuk evaluasi yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia adalah dengan cara bertahap agar bisa mempelajari apa saja yang perlu dilakukan evaluasi dan evaluasi tersebut dilakukan secara bersama-sama. Hal terkait tentang bentuk evaluasi juga dijelaskan oleh informan kedua.

“perbulan itu, tadi kan kita ada apa rapat mingguan, bulanan, tahunan, di rakernas itulah baru kita penentuan untuk setahun kedepan kayak apa, tapi kalo kayak bulanan dan mingguan kan untuk kayak review

program per program” (Fitri Wulandari, Hasil Wawancara, 21 April 2022).

Dari jawaban informan kedua, dapat dilihat bahwa bentuk evaluasi yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia adalah berupa evaluasi mingguan, bulanan, hingga puncaknya adalah evaluasi tahunan yaitu rakernas. Informan kedua juga menjelaskan bahwa bentuk evaluasi yang dilakukan pada evaluasi mingguan dan bulanan adalah berbentuk review-review terhadap program-program yang telah dijalankan. Penjelasan terkait bentuk evaluasi juga dijelaskan oleh Fabel infroman keempat.

“yaaa meeting, dari semua chapter jabodetabek itu biasanya kita adain meeting, kita tanya perchapter tuh apasih kesulitannya di chapter-chapter lain jadi kit acari solusinya bareng -bareng, gitu” (Fabel, Hasil Wawancara, 29 April 2022).

Infroman keempat menjelaskan bahwa bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia adalah dengan cara melakukan meeting bersama dengan semua *chapter* yang ada di daerah Jabodetabek. Hal itu dilakukan untuk melihat apa saja yang menjadi kekurangan dan kesulitan didalam menjalankan program dan melalui kegiatan evaluasi tersebut nantinya dapat mencari solusi yang bisa dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia.

Berdasarkan jawaban dari Informan diatas, dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia telah melakukan tahap evaluasi didalam menjalankan strategi komunikasi yang dilakukan dalam kegiatan dakwah dari komunitas Bikers Dakwah Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Smith, yang menjelaskan bahwa langkah terakhir dari strategi komunikasi adalah melakukan evaluasi bagi perusahaan ataupun sebuah organisasi. Smith menjelaskan bahwa terdapat tiga tahap didalam melakukan sebuah evaluasi. Mulai dari *implementation report*, *progress report*, dan yang terakhir adalah *final report* (Tities, 2013).

Pada tahap ini dapat dikatakan bahwa komunitas Bikers Dakwah Indonesia sudah melakukan sampai pada tahap *final report*. Yang mana hal tersebut dapat

dilihat bahwa Bikers Dakwah Indonesia melakukan evaluasi bertahap mulai dari evaluasi mingguan, bulanan, dan terdapat evaluasi tahunan yang menjadi *final report* untuk melakukan review program yang telah dibuat. Serta melihat apakah program yang dijalankan sesuai dengan target atau tidak.

Selain itu pada penelitian ini, peneliti juga menemukan temuan lain yang ada didalam komunitas Bikers Dakwah Indonesia, yaitu tentang *media relations* yang dijalankan oleh Bikers Dakwah Indonesia. *Media relations* sendiri merupakan bagian dari *public relations*, yang mana hal tersebut berguna untuk bisa mengembangkan hubungan yang baik dari sebuah organisasi dengan media massa. *Media relations* juga sebuah sarana komunikasi antara suatu organisasi dengan publik, agar tujuan dari organisasi dapat tercapai. Diantara bentuk-bentuk kegiatan yang berhubungan dengan *media relations* diantaranya adalah membuat *press release*, *press conference*, *press briefing*, *special event*, *press interview*, *press luncheon*, dan *press tour* (Minan, 2021).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, *media relations* yang dilakukan oleh komunitas Bikers Dakwah Indonesia adalah dengan membuat *press release* dan juga *press conference*. Hal tersebut dilakukan oleh Bikers Dakwah Indonesia salah satunya pada saat melakukan *launching* lagu/mars dari Bikers Dakwah Indonesia. Bikers Dakwah membuat *press release* terkait *launching* lagu/mars dari Bikers Dakwah Indonesia, serta mengundang beberapa wartawan ke acara perilis lagu tersebut, untuk mengadakan *press conference*.