BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hizbut Tahrir Indonesia merupakan bagian dari Hizbut Tahrir internasional yang didirikan oleh Taqiyuddin al-Nabhani, ulama berkebangsaan Palestina, pada tahun 1953 di al-Quds, Yordania.[1] Sejak awal berdirinya, Hizbut Tahrir memiliki cita-cita besar, yakni melangsungkan kehidupan Islam dan mengemban dakwah Islam ke seluruh penjuru dunia. Untuk menegakkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan bermasyarakat, Hizbut Tahrir berpendirian harus dilakukan melalui negara, dalam hal ini Hizbut Tahrir menekankan pada *Daulah Islamiyah* yang dipimpin oleh seorang khilafah yang dipilih secara demokratis oleh rakyat.[2]

Hizbut Tahrir masuk ke Indonesia antara tahun 1982-1983 dengan merintis dakwah di kampus-kampus besar di seluruh Indonesia. Pada tahun 1990 ide-ide dakwah HTI merambah ke masyarakat, melalui berbagai aktivitas dakwah di masjid, perkantoran, perusahaan dan perumahan.[3] Pola rekrutmen Anggota HTI menyasar kalangan menengah ke atas, mulai dari pemerintah, akademisi dan kepada tokoh-tokoh masyarakat.[4]

---

[1] Afadlal dkk, *Islam dan Radikalisme di Indonesia* (Jakarta: LIPI Press, 2005), 265.
[2] Hizbut Tahrirut Tahrir, *Mengenal Hizbut Tahrir Tahrir Partai Politik Islam Ideologis* (Depok: Pustaka Thariqul Izzah, 2000), 20.
[3] www.hti.or.id/tentangkami, diakses pada tanggal 28 Mei 2016.
[4] Sayuti, Hizbut Tahrir Perjuangan Menegakkan Khilafah, Respon Masyarakat Terhadap HTI cabang Jambi, Kontekstualita: Vol. 24, No.2. Desemeber 2008.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengkaderan HTI tersegmentasi kedalam beberapa kelompok.[5] Segmentasi kelompok tersebut terealisasi dengan membentuk kelas-kelas *halaqoh* atau kelompok diskusi sesuai dengan segmentasi masing-masing calon anggota. Secara ideal, *halaqah* maksimal terdiri dari 5 orang, namun pada praktiknya bisa lebih dari 5 orang. *Halaqah* ini dilakukan secara rutin setiap minggu sekali dan setiap pertemuan berlangsung antara 1 sampai 2 jam. Tujuan penyelenggaraan kelas-kelas yang tersegmentasi itu adalah untuk menggugah ketertarikan seseorang terhadap ide-ide HT dan diharapkan pada akhirnya akan bergabung dengan HT.[6] Bisa dikatakan bahwa *halaqah* merupakan kegiatan awal proses kontak dakwah calon anggota Hizbut Tahrir. Dari kelompok-kelompok kecil itu kemudian HT tumbuh dan berkembang di Indonesia.

Kontak dakwah calon anggota HTI dengan memanfaatkan kedekatan personal sangat berhasil. Pada perkembangannya, 10 tahun pertama dakwah Hizbut Tahrir hanya memiliki 17 kader. 10 tahun kedua Perkembangan dakwah HTI tumbuh secara signifikan. Dakwah yang semula hanya tersebar di satu atau beberapa kota dengan hasil belasan kader, ternyata sudah berkembang di seluruh Indonesia. Di pertengahan 10 tahun ketiga, dakwah HTI telah tersebar di 33 propinsi, di lebih 300 kota dan kabupaten. Bahkan sebagiannya telah merambah jauh hingga ke pelosok.[7] Sebagai contoh, pada

[5] Edi Surtisno, (Syabab dan Musyrif HTI DPD II Tulungagung), *Wawancara*, Tulungagung, 28 Mei 2016.
[6] Ilyya Muhsin, Gerakan Penegakan Syariah: Studi Gerakan Sosial Hizbut Tahrir Indonesia di DIY, Jurnal: Ijtihad, Vol 12, No. 1, Juni 2012: 43-61.
[7] www.hti.or.id. Diakses pada tanggal 28 Mei 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tahun 2006 diperkirakan anggota HTI di Daerah Istimewa Yoryakarta sudah mencapai sekitar 8000 orang.[8]

Segmentasi pengkaderan HTI pada kalangan intelektual dan cendikiawan berkembang sangat signifikan dan meyakinkan. Dari seratus angket yang disebar kepada kalangan Intelektual di Kota Jambi 100% mengenal dan mengerti HTI.[9] Itu artinya, ideologi HTI dengan mudah dapat diterima oleh kalangan cendikiwan di Indonesia. Lebih jauh, Hasil survey Setara pada siswa SMA di Jakarta dan Bandung Raya menunujkkan dari total 760 siswa 85 siswa atau setara dengan 11 % menginginkan berdirinya khilafah di Indonesia.[10]

Signifikansi perkembangan HTI tidak terlepas dari metode komunikasi yang digunakan. Dalam persektif komunikasi, model komunikasi mengalir dari mulut ke mulut yang memanfaatkan kedekatan personal dikenal dengan istilah komunikasi *getok tular*. Komunikasi *getok tular* merupakan komunikasi berantai yang beredar dengan sendirinya di satu komunitas tertentu. Seorang menyampaikan pesan kepada seseorang, kemudian pesan itu bergerak karena orang tersebut menyebarkan informasi tersebut. Komunikasi dari mulut ke mulut *(Word of Mouth Communication)* merujuk pada penyampaian informasi yang pada umumnya dilakukan secara lisan, informal

[8] Khusnul Khotimah, Hizbut Tahrir Sebagai Gerakan Sosial (Melihat Konsep HT Mengenai Negara), Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, tt.tt.
[9] Sayuti, Hizbut Tahrir Perjuangan Menegakkan Khilafah, Respon Masyarakat Terhadap HTI cabang Jambi, Jurnal: Kontekstualita: Vol. 24, No.2. Desemeber 2008.
[10] Hasil Survey Stara yang di muat pada https://nasional.tempo.co, diakses pada tanggal 03 Juni 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari seseorang kepada orang lain secara pribadi, antara dua individu atau lebih.[11]

Sementara ditinjau dari perspektif menejeman pemasaran, komunikasi WOM sangat berkaitan dengan pengalaman penggunaan suatu produk. Dalam pengalaman penggunaan tersebut akan timbul rasa puas jika produk yang digunakan mampu memenuhi harapan konsumen sehingga pelanggan memutuskan untuk menggunakan suatu produk.[12] Dalam kaitan kepuasan dan ketidakpuasan ini, banyak para peneliti menyatakan bahwa jika seorang konsumen merasa puas, maka dia akan bicara pada satu orang saja, dan sebaliknya jika tidak puas dia akan membicarakan ketidakpuasannya itu kepada sepuluh orang. [13] Jadi, komunikasi WOM akan sangat berbahaya bagi komunitas atau kelompok yang mempunyai citra negatif, sebaliknya akan sangat menguntungkan jika isi pesan dalam komunikasi WOM mengenai citra dan kualitas yang baik.

Perilaku interaksi sosial kelompok HTI dalam perspektif teori pembelajaran sosial (*social learning theory*) merupakan proses peniruan atau *imitation* terhadap sesuatu yang dianggapnya memberikan keuntungan, tidak semata-mata disebabkan oleh unsur instink atau program biologis. Neil Miller dan John Dollard mengindikasikan bahwa seorang belajar (learn) meniru

---

[11] Rudi Harjanto dan Deddy Mulyana, *Komunikasi Getok Tular Pengantar Popularitas Merk*. Jurnal: Mediator, Vol.9 No.2 Desember 2008.

[12] Finnan Aditya Ajie Nugraha, Suharyono & Andriani Kusumawati, *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen* (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan jalan Simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 22 No. 1 Mei 2015.

[13] Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 186.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perilaku orang lain. Artinya peniruan tersebut merupakan hasil dari satu proses belajar, bukan bisa begitu saja karena instink. Menurut Miller dan Dollard ada empat prinsip dalam belajar yaitu dorongan (drive), isyarat (cue), tingkah laku-balas (response) dan ganjaran (reward). [14] Keempat prinsip ini sangat kait mengait dan dapat saling dipertukarkan, yaitu dorongan menjadi isyarat, isyarat menjadi ganjaran dan seterusnya.

Sedangkan dalam perspektif komunikasi interpersonal, Thibault dan Kelly menyatakan hubungan interaksi manusia didasarkan pada ide bahwa orang memandang hubungan mereka dalam konteks ekonomi dan mereka menghitung pengorbanan dan membandingkannya dengan penghargaan yang di dapatkan dengan meneruskan hubungan itu. Pengorbanan (*cost*) merupakan elemen dari sebuah hubungan yang memiliki nilai negatif bagi seseorang, sedangkan penghargaan (rewards) merupakan elemen-elemen dalam sebuah hubungan yang memiliki nilai positif.[15]

Sudut pandang teori pertukaran sosial berpendapat bahwa orang menghitung nilai keseluruhan dari sebuah hubungan dengan mengurangkan pengorbanannya dari penghargaan yang diterimanya.[16] Teori pertukaran sosial memprediksikan bahwa nilai (*worth*) dari sebuah hubungan mempengaruhi hasil akhir (*outcome*) atau apakah orang akan meneruskan hubungan atau mengakhirinya. Hubungan yang positif biasanya dapat diharapkan untuk bertahan, sedangkan hubungan yang negatif mungkin akan

[14] Sarlito, *Teori-Teori Psikologi Sosial* (Jakarta: Raja Grafindo Persada: 2003), 23.
[15] Richard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Theori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, Terj. Maria Natalia Damayanti (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), 216.
[16] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berakhir. Asumsinya bahwa anggota Hizbut Tahrir akan secara sukarela memasuki dan tinggal dalam *getok tular* dakwah dengan mempertimbangkan konsekuensi yang terjadi yaitu untung rugi.

Praktik penerepan komunikasi *getok tular* dalam aktifitas dakwah sebenarnya telah terjadi sejak zaman Rasulullah SAW. Tahap awal perkembangan Islam di Makkah selama kurang lebih tiga tahun dilakukan secara rahasia dan melalui tahap sembunyi-sembunyi pada orang-orang terdekat Rasulullah yang dianggap mampu memegang rahasia.[17] Nabi Muhammad SAW menyampaikian risalah kenabiannya melalui sahabat dan kemudian para sahabat menyampaikan pesan-pesan keislaman yang telah diterimnaya kepada sahabat yang lain dan seterusnya sehingga Islam dapat dikenal secara luas di negeri Arab.

Semantara itu, fakta bahwa perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat dewasa ini telah berpengaruh luas terhadap seluruh sendi kehidupan tidak terkecuali umat Islam. Kehadiran media massa, seperti surat kabar, radio, televisi dan internet sebagai komunikasi abad modern memberikan lebih banyak opsi pengembangan metodologi dakwah bagi umat Islam. Suatu pesan atau berita dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat secara luas dalam waktu yang relatif singkat. Dakwah tidak lagi hanya dilakukan secara konvensional bertatap muka secara langsung, tetapi mulai memanfaatkan kemajuan teknologi media komunikasi baik cetak maupun elektronik. Pemanfaatan media-media tersebut dilakukan agar pesan-pesan

[17] Wahyu Ilaihi & Harjani Hefni, *Pengantar Sejarah Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), 48.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwah dapat diterima oleh lebih banyak orang di manapun berada. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa dakwah melalui media memiliki dampak dan jangkaun audience yang lebih luas bila dibandingkan dengan dakwah secara konvensional melalui komunikasi *getok tular*.

Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti menganggap perlu untuk melakukan penelitian yang lebih intensif tentang penggunaan komunikasi *getok tular* dalam proses dakwah. Keinginan tersebut mendasari disusunnya proposal tesis yang berjudul "Komunikasi *Getok Tular* Sebagai Metode Kontak Dakwah Hizbut Tahrir Indonesia (Studi pada Hizbut Tahrir Indonesia DPD II Tulungagung)".

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Metode dakwah pada masa sekarang telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Oleh karena itu, pemilihan pendekatan komunikasi yang efektif menjadi penting agar tujuan dakwah dapat tercapai secara maksimal. Komunikasi memiliki beragam bentuk di antaranya adalah komunikasi intrapersonal, interpersonal, kelompok dan massa. Sementara itu, ditinjau dari intensitas penggunaan dan kedekatan antara komunikan dan komunkator, komunikasi *getok tular* termasuk dalam kategori komunikasi interpersonal.

Pada era digital saat ini, komunikasi *getok tular* memiliki keanekaragaman bentuk dan penerapan. Ditinjau dari bentuknya, komunikasi *getok tular* dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu konvensional dan elektronik. *Getok tular* konvensional dilakukan tanpa bantuan alat-alat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

elektronik. Sedangkan *getok tular* elektronik memerlukan bantuan alat-alat elektronik untuk melakukannya.

Cakupan metode komunikasi dakwah yang sangat luas dan beragam tersebut peneliti batasi hanya pada komunikasi *getok tular* baik secara konvensional maupun digital sebagai metode kontak dakwah Hizbut Tahrir Indonesia di Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, peneliti memfokuskan bahasan pada dua pokok permasalahan yaitu;

1. Bagaimana penggunaan komunikasi *getok tular* sebagai metode kontak dakwah Hizbut Tahrir Indonesia cabang Tulungagung?
2. Mengapa Hizbut Tahrir Indonesia Cabang Tulungagung menggunakan komunikasi *getok tular* sebagai media kontak dakwah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan, secara garis besar tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Mendeskripsikan penggunaan komunikasi *getok tular* sebagai metode kontak dakwah Hizbut Tahrir Indonesia cabang Tulungagung.
2. Menemukan argumentasi atas penggunaan komunikasi *getok tular* sebagai media kontak dakwah Hizbut Tahrir Indonesia cabang Tulungagung?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi sumbangsih dalam pengembangan kajian teori komunikasi terutama tentang penggunaan komunikasi *getok tular* dalam pengembangan pemahaman keislaman di Indonesia.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Da'I atau lembaga Dakwah

Mengingat keanakaragaman budaya dan karakter masyarakat Indonesia serta perkembangan tekhnologi komunikasi yang sangat pesat, penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan alternatif dalam mengembangkan dakwah Islam di Indonesia dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang lebih personal yaitu komunikasi getok tular.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan refleksi bagi masyarakat tentang pola pendekatan dakwah dengan menggunakan komunikasi *getok tular*, sehingga akan tercipta kesadaran untuk menerapkan pendekatan komunikasi *getok tular* dalam mentransformasikan pemahaman keislaman kepada masyarakat tanpa ada keterpaksaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan peneliti tentang penggunaan komunikasi *getok tular* dalam pengembangan dakwah di Indonesia serta menambah inventaris penyusunan karya ilmiah.

d. Bagi Peneliti Lainnya

Penelitian ini dapat menjadi inspirasi dan rujukan untuk mengkaji dan mengembangkan fokus lain yang masih terkait dengan penggunaan komunikasi *getok tular* dalam pengembangan dakwah di Indonesia.

F. Definisi Istilah

1. Secara konseptual

a. Tubbs dan Moss sebagaimana dikutip oleh Deddy Mulyana mendifinisikan komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih.[18]

b. *Getok Tular* adalah komunikasi berantai yang beredar dengan sendirinya di satu komunitas tertentu. Seorang menyampaikan pesan kepada seseorang, kemudian pesan itu bergerak karena orang tersebut menyebarkan informasi tersebut. [19] Komunikasi *getok tular* biasa dikenal juga dengan istilah komunikasi dari mulut ke mulut. Pada tahap awal, komunikasi *getok tular* hanya dilakukan pada tahap konvensional tatap muka saja, tetapi seiring perkembangan

[18] Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Satu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), 59.
[19] Harjanto dan Mulyana, *Komunikasi Getok Tular…*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tekhnologi, komunikasi *getok tular* dapat juga dilakukan melalui media elektronik.

c. Kontak Dakwah dalam pandangan Hizbut Tahrir merupakan sarana dalam mengonsolidasikan ide-ide, maksud dan keinginan dakwah yang ingin diciptakan. Melalui kontak dakwah maka orang lain akan mengerti apa yang diinginkan dan bagaimana jalan yang ditempuh untuk sampai kepada keinginan yang diharapkan.[20]

2. Secara operasional

Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti penggunaan komunikasi berantai dari mulut ke mulut *(getok tular)* baik secara tatap muka maupun melalui media elektronik dalam proses pengenalan ide-ide dan peningkatan pemahaman keislaman yang dilakukan oleh Hizbut Tahrir Indonesia DPD II Tulungagung.

G. Kerangka Teoritik

1. Komunikasi

Istilah Komunikasi menurut pendapat Cherry dan Stuart sebagaimana dikutip Hafied Cangara berpangkal pada bahasa latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berakar dari kata *communico* yang artinya membagi.[21] Jhon B Hason, mengasumsikan bahwa komunikasi adalah pertukaran verbal, pikiran atau gagasan. Asumsi dibalik definisi tersebut adalah bahwa sesuatu

[20] http://hizbut-tahrir.or.id. Diakses pada tanggal 08 September 2016.
[21] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi* kedua (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pikiran atau gagasan secara berhasil dipertukarkan.[22] Semantara Tubbs dan Moss mendifinisakan komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih.[23]

Beberapa ahli memang memiliki pendapat berbeda-beda tentang definisi komunikasi karena latar belakang sosio kultur dan pendidikan, tetapi yang pasti ada titik temu di antara para ilmuan komunikasi yaitu komunikasi mencakup perilaku yang disengaja dan diterima.[24]

Secara garis besar komunikasi memiliki beragam bentuk atau type di antaranya adalah komunikasi interpersonal, antar pribadi dan komunikasi khalayak.[25] Meskipun pada perkembangannya ada beberapa pakar Meskipun ada beberapa ahli yang menambahkan type-type tersebut di antaranya adalah komunikasi kelompok kecil dan komunikasi organisasi.

Pada bahasan ini, peneliti akan fokus pada penggunaan komunikasi interpersonal. Menurut sifatnya, komunikasi interpersonal dibedakan atas dua macam yaitu, *Pertama*, Komunikasi Diadik merupakan proses komunikasi antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik dilakukan dalam tiga bentuk yaitu percakapan, dialog dan wawancara. *Kedua*, Komunikasi Kelompok Kecil, merupakan komunikasi antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, di mana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu dengan yang lainnya.[26]

---

[22] Mulyana, *Ilmu Komunikasi…*, 55.
[23] Ibid., 59.
[24] Ibid., 57.
[25] Cangara, *Pengantar…*, 34.
[26] Ibid., 36-37.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada awalanya syarat utama komunikasi interpersonal yang terjadi antara dua orang atau lebih adalah terjadi secara tatap muka. Tetapi seiring perkembangan zaman yang memungkinkan sesorang berinteraksi melalui jaringan seluler dan media sosial, maka komunikasi interpersonal juga dapat terjadi meskipun hanya melalui media. Sebagaimana pendapat Mc-Croskey memutuskan peralatan komunikasi yang menggunakan gelombang udara dan cahaya seperti halnya telephone dan sejensisnya sebagai saluran komunikasi antarpribadi.[27]

Lebih jauh, dalam hubungan interpersonal, Thibault dan Kelly menyatakan bahwa hubungan antara individu dan individu yang lainnya dalam sebuah interaksi dilatarbelakangi oleh pertukaran nilai di antara mereka. Thibault dan Kelly menyebut istilah ini dengan teori pertukaran sosial (*Social Exchange Theory*), yaitu di dasarkan pada ide bahwa orang memandang hubungan mereka dalam konteks ekonomi dan mereka menghitung pengorbanan dan membandingkannya dengan penghargaan yang didapatkan dengan meneruskan hubungan itu. Pengorbanan (*cost*) merupakan elemen dari sebuah hubungan yang memiliki nilai negatif bagi seseorang, sedangkan penghargaan *(rewards)* merupakan elemen-elemen dalam sebuah hubungan yang memiliki nilai positif.[28] Homas mengemukakan bahwa prinsip dasar pertukaran sosial adalah *"distributive justice"* yaitu suatu aturan yang mengatakan bahwa sebuah imbalan harus sebanding dengan investasi. Menurut Homas, teori pertukaran sosial membayangkan perilaku sosial

[27] Ibid.,
[28] West dan Turner, *Pengantar Theori Komunikasi…*, 216

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai pertukaran aktivitas, nyata atau tidak nyata, dan kurang lebih sebagai pertukaran hadiah atau biyaya, sekurang-kurangnya antara dua orang.[29]

Meskipun demikian, tidak ada standarisasai besaran nilai sebuah ganjaran yang dapat memuasakan masing-masing individu. Nilai suatu ganjaran berbeda-beda antara seseorang dengan yang lain dan berlainan antara waktu yang satu dengan waktu yang lain. Nilai yang dianggap berharga adalah pandangan subyektif terhadap hasil yang dicapai atau hasil akhir yang berharga bagi seorang.[30]

2. *Getok Tular (Word of Mouth)*

Menurut Kotler *word of mouth communication* adalah komunikasi pribadi tentang sebuah produk antara pembeli sasaran dan para tetangga, teman, anggota keluarga serta rekanya.[31] Dalam arti yang lebih sederhana, komunikasi getok tular adalah bentuk komunikasi berantai yang disampaikan dari mulut ke mulut. Pada prakteknya, pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, jika komunikan merasa tertarik terhadap pesan yang diterimnya, pada gilirannya komunikan akan menyampaikan pesan yang telah diterimanya kepada orang lain dan seterusnya sehingga informasi itu menyebar tidak terhingga.

Pada awalnya, komunikasi antar manusia dilakukan hanya dalam batas *getok tular* saja. Komunikasi berantai pada awalnya hanya dilakukan

---

[29] George Ritzer & Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern.* Terj. Alimandan (Jakarta: Kencana, 2004), 359.
[30] George Boeree, *Psikologi Sosial, Terj. Ivan* Taniputera (Yogyakarta: Primasophie, 2008), 190.
[31] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran,* Terj. Benyamin Molan. Jilid satu Edisi Sebelas (Jakarta: Penerbit Indeks, 2005), 615.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada level konvensional saja. Seiring perkembangan zaman dan kemajuan tekhnologi informasi komunikasi, komunikasi getok tular juga mengalami perkembangan. Pesan yang disampaikan bisa melalui pesan elektronik, seperti BBM, What Apps, Line, Facebook dan lain-lain. Getok tular pada fase ini dikenal dengan istilah *Electronick Word of Mouth (E-WoM).*

Jones, mendefinisikan situs jejaring sosial sebagai media publik dimana pengguna dapat menulis, menyimpan serta mempublikasikan informasi secara *online*.[32] Goldsmith dan Horowitz menyatakan bahwa penggunaan internet telah mengubah cara konsumen berkomunikasi dan berbagi pendapat atau ulasan mengenai produk atau jasa yang pernah dikonsumsi. Proses komunikasi antar konsumen melalui internet dikenal dengan *Electronic Word-of-Mouth* (e-WOM).[33] Gruen, mendefinisikan e-WOM sebagai sebuah media komunikasi untuk saling berbagi informasi mengenai suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsi antar konsumen yang tidak saling mengenal dan bertemu sebelumnya.[34]

3. Dakwah

Dakwah ditinjau dari segi bahasa adalah; panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *mashdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi'il*) berarti memanggil, menyeru atau

---

[32] Jones, B, Entrepreneurial marketing and the Web 2.0 Interface, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*,12 (2) 2010, 143-152.
[33] Goldsmith,R.E & Horowitz, D, Measuring motivations for online opinion seeking, ***Journal** of Interactive Advertising*, 6(2), 2006, 3-14.
[34] Gruen,T.W., Osmonbekov,T.,Czaplewski,A.J, eWOM: the impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty, *Journal of Business Research, 59(*4), 2006, 449-456.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengajak (*da'a, yad'u, da'watan*). Orang yang berdakwah bisa disebut dengan *da'i* dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan *mad'u*.[35]

Secara sederhana dakwah adalah sebuah komunikasi da'i kepada mad'u dengan membawa pesan-pesan dakwah. Jadi, Setiap aktivitas dakwah adalah aktivitas komunikasi, tetapi tidak setiap aktivitas komunikasi itu disebut dakwah. Karena tujuan dakwah merupakan sesuatu yang mulia untuk dicapai berdasarkan al-Qur'an dan as-Sunnah.

Sementara itu, keberhasilan dakwah tidak bisa dilepaskan dari metode yang digunakan. Secara etimologi, metode berasal dari dua kata yaitu *meta* (melalui) dan *hados* yang artinya cara atau jalan.[36] Jadi, metode dakwah adalah jalan atau cara untuk mencapai tujuan dakwah yang dilaksanakan secara efektif dan efisien. Selain itu, metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan seorang *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.[37] Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan *human oriented* menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.

Dapat diambil kesimpulan bahwa metode dakwah adalah cara sistematis seorang *da'i* untuk memberikan materi-materi dakwah sesuai dengan tujuan dalam penyebaran syari'at Islam, sedang metodologi dakwah adalah ilmu yang mempelajari tentang cara maupun langkah seorang *da'i*

---

[35] Ahmad Warson Munawir, *Kamus Al-Munawwir* (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), h. 406-407.
[36] Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), 6.
[37] Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama. Cet-1. 1997), 43.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk memberikan pemahaman tentang Islam yaitu *'amr ma'ruf* dan *nahi munkar* sebagai pijakan bagi seorang muslim.

Istilah metode dakwah yang termaktub di dalam Al-Qur'an pada prinsipnya merujuk kepada surah an-Nahl ayat 125 yang menyebutkan bahwa metode pelaksanaan dakwah ada 3 yaitu dakwah dengan kebijaksanaan, dakwah dengan memberikan pelajaran yang baik dan dakwah dengan bantahan atau lebih tepatnya berdiskusi dengan cara yang baik. Dari ketiga metode tersebut, maka dikembangkanlah berbagai metode dan teknis sesuai dengan kebutuhan dan keperluan dakwah. Rasulullah sebagai agen yang memiliki otoritas dalam menjelaskan al Qur'an, telah mengaplikasikan ketiga metode dakwah tersebut dalam banyak Hadist dan Sunnah.

H. Penelitian Terdahulu

Banyak kajian telah dilakukan oleh para peneliti yang menganalisis tentang penggunaan komunikasi *getok tular (Word Of Mouth),* dengan menggunakan metode berbeda. Pada penelitian Year Yulista menggunakan paradigma interpretasi model komunikasi Riley dan Riley. Sedangkan Santi Ratnawati, Pande Putu Lantana Suwantara dan Mirah Ayu Putri Trarintya menggunakan paradigma positivistik.

Hasil penelitian Year Yulista dalam; Model *Word Of Mouth* dalam Pemasaran Perguruan Tinggi, dengan menggunakan pendekatan komunikasi model Riley dan Rilay berhasil menemukan sebuah model komunikasi *word of mouth* pada program member *Get Studients* untuk memasarkan Universitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Marcubuana.[38] Komunikasi antarpribadi memiliki peran yang cukup penting dalam pembentukan model ini yakni ketika pihak perekomendasi memutuskan untuk mempromosikan Universitas Marcubuana dan pihak yang direkomendasikan memutuskan memerima ajakan promosi tersebut untuk kuliah di Universitas Marcubuana. Penerimaan ini merupakan hasil interaksi komunikasi antarpribadi yang tetap mempertimbangkan faktor personal dan faktor situasional lawan bicara. Dikembangkan secara khusus dari faktor *primary group* model komunikasi Riley dan Riley, model ini merupakan pondasi dasar dalam membentuk komunikasi *word of mouth member get studiets*. Dari temuan ini dapat dilihat bauran komunikasi pemasaran word of mouth cukup berperan penting dalam memasarkan Universitas Marcubuana.

Penelitian Santi Ratnawati dalam; Pengaruh Intensitas Eksposure Media Elektronik dan Intensitas *Getok Tular* Terhadap Minat Mengunjungi Makam Sunan Kalijaga, menemukan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara intensitas eksposur meda dan *getok tular* terhadap minat mengunjungi makam Sunan Kalijaga. Meskipun demikian, kontribusi eksposure media media elektronik baik internet, radio maupun televisi lebih besar pengaruhnya yaitu 58% bila dibandingkan dengan intensitas komunikasi *getok tular* yang hanya 56% dalam mempengaruhi minat mengunjungi makam Sunan Kalijaga.[39] Ini membuktikan bahwa intensitas media elektronik lebih efektif

[38] Yera Yulista, "Model Word Of Mouth dalam Pemasaran Perguruan Tinggi", Jurnal Comminication Spectrum, Vol. 2, No.1, Februari – Juli 2014.
[39] Santi Ratnawati, "Pengaruh Intensitas Eksposure Media Elektronik dan Intensitas *Getok Tular* Terhadap Minat Mengunjungi Makam Sunan Kalijaga" (Semarang: Tesis Program Studi Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2015).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibandingkan dengan intensitas *getok tular* dalam mempengaruhi minat mengunjungi makam Sunan Kalijaga.

Penelitian Mirah Ayu Putri Trarintya dalam; Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan *Word Of Mouth* (Studi Kasus Pasien Rawat Jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar), menemukan bahwa kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh rawat jalan di Wing Amerta telah mampu membuat pasiennya melakukan WOM kepada pihak–pihak lainnya dengan cara merekomendasikan rawat jalan Wing Amerta, menceritakan hal positif dan mengajak rekannya untuk menggunakan jasa rawat jalan Wing Amerta. Di samping itu, hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepuasan dan WOM pasien rawat jalan Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar pada 5% (p=0,000) dengan koefisien 0,798.[40] Hal ini berarti jika semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pasien rawat jalan Wing Amerta, maka para pasien akan melakukan WOM positif kepaada rekan–rekan dan koleganya.

Sejalan dengan temuan tersebut, hasil penelitian Pande Putu Lantana Suwantara dalam; Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan *Word Of Mouth* Mahasiswa Lembaga Pelatihan Pariwisata Bali, menemukan bahwa terdapat pengaruh positif antara kepuasan dan kualitas peyanan terhadap *word of mouth* mahasiswa.[41] Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa

[40] Mirah Ayu Putri Trarintya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Word Of Mouth (Studi Kasus Pasien Rawat Jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar)", (Denpasar: Tesis Program Studi Manajemen Pascasarjana Universitas Udayana, 2011).

[41] Pande Putu Lantana Suwantara, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan *Word Of Mouth* Mahasiswa Lembaga Pelatihan Pariwisata Bali" (Denpasar: Tesis Program Studi Manajemen Pascasarjana Universitas Udayana, 2012).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semakin seorang merasa puas dan mendapatkan pelayanan yang baik, maka *word of mouth* positif semakin meningkat melalui rekomendasi dan cerita yang baik kepada keluarga, teman, sahabat, orang yang membutuhkan informasi atau bahkan kepada orang yang baru dikenal.

Hasil-hasil penelitian di atas secara umum memiliki persamaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada kajian tentang komunikasi *getok tular* atau *word of mouth communications*. Meskipun demikian, penelitian-penelitain tersebut tidak secara khusus membahas penggunaan komunikasi *getok tular* pada proses penyebaran ide dan gagasan suatu kelompok dalam melakukan kontak dengan calon anggotanya. Yera Yulista membahas tentang kominikasi *getok tular* dalam memasarkan perguruan tinggi. Tulisan Santi Ratnawati menguji pengaruh antara intensitas eksposure media dan *getok tular* dalam mempengaruhi keputusan khalayak. Mirah Ayu dan Pande Putu Lentana menguji keterkaitan antara kepuasan, kualitas layanan dan komunikasi getok tular. Sedangkan penelitain ini memfokuskan kajian pada latar belakang penggunaan komunikasi *getok tular* sebagai metode penyebaran ide dan bagaimana praktik penggunakan komunikasi *getok tular* sebagai metode kontak dakwah pada Hizbut Tahrir Indonesia.

Paradigma yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretatif komunikasi interpersonal ala Thibault dan Kelly. Pendekatan yang peneliti gunakan untuk mengkaji komunikasi *getok tular* pada kelompok Hizbut Tahrir ini adalah pendekatan yang disebut oleh Thibault dan Kelly sebagai pertukaran sosial, yaitu di dasarkan pada ide

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa orang memandang hubungan mereka dalam konteks ekonomi dan mereka menghitung pengorbanan dan membandingkannya dengan penghargaan yang didapatkan dengan meneruskan hubungan itu. Pengorbanan (*cost*) merupakan elemen dari sebuah hubungan yang memiliki nilai negatif bagi seseorang, sedangkan penghargaan *(rewards)* merupakan elemen-elemen dalam sebuah hubungan yang memiliki nilai positif.[42]

Tinggi rendahnya makna dari suatu komunikasi interpersonal sangat beragam dan bergantung pada kedekatan masing-masing individu sebagai komunikator dan komunikan. Terbentuknya komunikasi secara pribadi antara dua orang individu atau lebih di pengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Untuk mendeskripsikan terbentuknya komunikasi interpersonal pada Hizbut Tahrir Indonesia, peneliti menggunakan pendekatan psikologi komunikasi Jalaludin Rahmad yang menyatakan bahwa ada empat faktor yang sangat mempengaruhi terbentuknya komunikasi interpersonal, antara lain; Persepsi Interpersnal, Konsep diri, Atraksi Interpersonal dan Hubungan Interpersonal.[43]

Di samping itu, peneliti juga menggunakan pendekatan Joseph A. DeVito dalam menganalisis terbentuknya komunikasi yang efektif sehingga berpengaruh pada komunikasi *getok tular*. DeVito menjelaskan, apabila menginginkan komunikasi berjalan secara efektif maka komunikator dapat mempertimbangkan sisi humanistrik maupun sisi pragmatis komunikannya. Sisi humanistik tersebut di antaranya meliputi keterbukaan, empati, suportif,

[42] West dan Turner, *Pengantar Theori Komunikasi…*, 216
[43] Jalaludin Rahmad, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 79-117.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

positif dan kesamaan.[44] Sedangkan sisi pragmatis dikaitkan dengan bersikap yakin, kebersamaan, manajemen interaksi, ekspresif dan orientasi pada orang lain.[45] Ketiga pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengungkap latar belakang penggunaan komunikasi *getok tular* dan mendeskripsikan penggunaan komunikasi *getok tular* sebagai metode kontak dakwah Hizbut Tahrir Indonesia cabang Tulungagung.

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitan

Rancangan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskiptif berupa kata atau tulisan dari sumber data yang diamati. Penggunaan jenis penelitian ini dianggap lebih tepat karena fokus penelitian ini lebih banyak menyangkut proses dan memerlukan pengamatan mendalam dengan *setting* alami. Selain itu, pemilihan jenis penelitian ini juga dimaksudkan untuk memahami perilaku manusia dari kerangka acuan subyek penelitian sendiri, yakni bagaimana subyek memandang dan menafsirkan kegiatan dari segi pendiriannya yang disebut ”*persepsi emic*”[46].

Hal ini juga sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif yang di antaranya: 1) penelitian kualitatif ini dapat menghasilkan teori, mengembangkan pemahaman dan menjelaskan realita yang kompleks, 2) bersifat dengan pendekatan induktif-deskriptif, 3) memerlukan waktu yang

[44] Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia,* Terj. Agus Maulana (Jakarta: Professional Books, 1997), 259.
[45] Ibid., 264.
[46] S. Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif* (Bandung: Transito, 1996), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

panjang, 4) datanya berupa deskripsi, dokumen, catatan lapangan, foto dan gambar, 5) informannya "*maximum variety*", 6) berorientasi pada proses, 7) penelitiannya berkonteks mikro.[47]

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan rancangan studi kasus dimana subjek yang diteliti adalah Hizbut Tahrir Indonesia cabang Tulungagung. Ini sesuai dengan pengertian bahwa studi kasus adalah studi yang bersifat komprehensif, intens, rinci dan mendalam serta lebih diarahkan sebagai upaya menelaah masalah-masalah atau fenomena yang bersifat kontemporer.[48] Menurut Yin, studi kasus adalah *studies a phenomenon (the 'case') in its real-world context.*[49] Kajian suatu fenomena (kasus) dalam konteks dunia nyata. Selanjutnya, Dawson menambahkan bahwa, *the phenomenon being researched is studied in its natural context, bounded by space and time.*[50] Fenomena yang sedang diteliti berada dalam konteks alami, dibatasi oleh tempat dan waktu.

2. Kehadiran peneliti dan lokasi penelitian

Kedudukan seorang peneliti dalam penelitian kualitatif menurut Lexy J. Moleong cukup rumit karena bertindak sebagai perencana pelaksana pengumpul data, jurnalis dan penafsir data dan pada akhirnya menjadi pelapor

[47]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), 24.
[48] Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), 20.
[49] Robert K. Yin, *Qualitative Research from Start to Finish* (New York: The Guilford Press, 2011), 17.
[50] Dawson R. Hancock & Bob Algozinne, *Doing Case Study Research: A Practical Guide for Beginning Researchers* (New York: Teachers College Press, 2006), 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitiannya.[51] Sehingga dalam penelitian ini peneliti mempunyai peran vital yaitu sebagai instrumen dan pengumpul data. Disamping kedua peran ini, peneliti berperan sebagai pengamat penuh, sehingga di satu sisi kehadirannya dapat terlihat sebagai peneliti dan di sisi lain diketahui sebagai informan atau subyek yang bersangkutan sesuai dengan situasi dan kondisi yang dialaminya.

Kehadiran peneliti dalam penelitian ini merupakan suatu keharusan. Kerena peneliti-lah yang menjadi instrumen utama dalam penelitian kualitatif. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono bahwa posisi manusia sebagai *key instrument*.[52] Peneliti merupakan pengumpul data utama (*key instrument*) karena jika menggunakan alat non manusia maka sangat tidak mungkin untuk mengadakan penyesuaian terhadap kenyataan yang ada di lapangan.[53] Oleh karena itu, validitas dan reliabilitas data kualitatif banyak tergantung pada keterampilan metodologis, kepekaan dan integritas peneliti sendiri.[54]

Dalam penelitian ini, peneliti datang langsung ke lokasi penelitian. Peneliti melihat dan mengikuti kegiatan secara langsung dengan tetap berdasar pada prinsip atau kode etik tertentu yang harus ditaati oleh peneliti. Untuk itu, kehadiran peneliti sangat diperlukan untuk mendapatkan data yang komprehensif dan utuh.

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian adalah di Kabupaten Tulungangung. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan, *pertama*, di Tulungagung kelompok Hizbut Tahrir Indonesia

---

[51] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), 121.
[52]Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 223.
[53]Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-dasar Penelitian* (Surabaya: elKaf, 2006), 70.
[54] Dede Oetomo dalam Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta: Kencana, 2007), 186.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki basis pengikut yang relative banyak dan tersegmentasi ke dalam beberapa kelompok halaqah.[55] *Kedua;* intensitas penggunaan komunikasi *getok tular* pada kelompok Hizbut Tahrir Indonesia cabang Tulungagung melalui media konvensional maupun elektronik.[56]

3. Sumber Data

Sumber data adalah dari mana data diperoleh.[57] Sumber data yang utama dalam penelitian kualitatif adalah sumber data dari kata-kata, tindakan dan selebihnya adalah data tambahan seperti dari dokumen dan sebagainya. Kata-kata diperoleh dari melalui orang yang diwawancarai yang bisa dicatat melalui catatan tertulis atau melalui rekaman video, tape, foto atau film.[58]

Berdasarkan pengertian tersebut, sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Sumber data primer

Sumber data primer diperoleh dari kata-kata dan tindakan informan. Dalam menentukan informan maka peneliti menggunakan pengambilan sampel secara *purposive*, *internal*, dan *time sampling*. Berdasarkan pada teknik *purposive*, peneliti menetapkan informan kunci yaitu: Ketua, Pengurus, anggota serta masyarakat umum yang pernah menerima pesan dakwah HTI DPD II Tulungagung. Teknik *purposive* ini digunakan untuk menyeleksi dan memilih informan yang

[55] Edi Surtisno (Anggota HTI DPD II Tulungagung), *Wawancara*, Tulungagung, 28 Mei 2016.
[56] *Observasi*, 28 Mei 2016.
[57] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 129.
[58] Moleong, *Metodologi Penelitian…*, 112.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

benar-benar menguasai informasi dan permasalahan secara mendalam karena maksud purposive yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.[59] Kemudian dari informan ini kemudian dikembangkan ke informan lainnya dengan teknik *snowball sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan akurasi data yang diperoleh. Selain itu, dengan teknik ini akan diperoleh data yang terus menerus, akurat, lengkap dan mendalam.

Pengambilan sampling dengan *internal sampling* yaitu peneliti berupaya untuk memfokuskan gagasan tentang apa yang diteliti dengan siapa akan wawancara, kapan melakukan observasi dan dokumen apa yang dibutuhkan. Hal ini dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi. Sedangkan teknik pengambilan sampel dengan *time sampling* yaitu peneliti mengambil data dengan mengunjungi lokasi atau informan didasarkan pada waktu dan kondisi tempat, karena situasi di sekitar mempengaruhi data yang dikumpulkan. Dalam hal inilah pentingnya peneliti dapat mempertimbangkan waktu dan tempat untuk bertemu dengan informan.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder dari penelitian ini adalah peristiwa dan dokumen. Peristiwa digunakan untuk mengetahui bagaimana proses rekrutmen angota atau program-program dakwah yang dilakukan sebagai tindak lanjut dari perencanaan strategis yang dilakukan.

[59] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi...*, 299.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dokumen merupakan bahan tertulis atau benda yang berhubungan dengan fokus penelitian.

4. Tekhnik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah proses pengadaan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Dilihat dari tekhniknya, peneliti menggunakan tehnik pengumpulan data dengan metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai penelitian yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, arfikel dan lain-lain. Prosedur pengumpulan dan analisis data dirancangkan untuk memberi ketepatan bagi peneliti.[60]

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagaimana data empiris dikumpulkan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi dilakukan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, tempat, benda, serta rekaman dan gambar.[61] Sebagaimana halnya wawancara mendalam, pengamatan juga merupakan salah satu metode pengumpulan data yang bersifat kualitatif.[62]

Bogdan dalam Moleong mendefinisikan pengamatan berperan serta sebagai penelitian yang bercirikan interaksi sosial yang memakan waktu cukup lama antara peneliti dengan subjek dalam lingkungan subjek, dan

[60] Anselm Stauruss, Juliat Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Terj. M. Sodiq & Imam Mutaqin (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 36.
[61]Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), 199-203.
[62] Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), 59.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

selama itu data dalam bentuk catatan lapangan dikumpulkan secara sistematis dan berlaku tanpa gangguan.[63] Dalam observasi ini, peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, dan berpartisipasi aktif dalam aktifitas mereka.[64] Pemilihan penggunaan metode ini sangat penting karena melalui metode ini peneliti dapat mengamati secara langsung dan komprehensif mengenai kondisi, proses komunikasi getok tular sebagai metode rekrutmen anggota Hizbuttahrir Indonesia cabang Tulungagung.

b. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah percakapan antara dua orang dengan maksud tertentu, dalam hal ini antara peneliti dan informan sebagai sumber pertama.[65] Dalam wawancara mendalam ini, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan tidak tersetruktur secara baku dan tetap, tapi mengalir sekiranya perlu dipertanyakan dan sesekali dilakukan dengan sambil bergurau, dapat dikatakan juga sebagai wawancara tidak tersetruktur.

Langkah-langkah wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan urutan: 1) menetapkan siapa informan wawancara, 2) menyiapkan bahan untuk wawancara, 3) mengawali atau membuka wawancara, 4) melangsungkan wawancara, 5) mengkonfirmasi hasil

[63] Moleong, *Metodologi Penelitian…*, 164.
[64] Sugiyono, *Metode Penelitian…*, 227.
[65] Bungin, *Analisis Data…*, 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wawancara, 6) menulis hasil wawancara, 7) mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara.[66]

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengabadian suatu peristiwa penting.[67] Dalam penelitian ini, peneliti juga akan memanfaatkan teknik dokumentasi untuk merekam dokumen-dokumen penting maupun foto yang terkait secara langsung dengan fokus penelitian. Data-data yang peneliti kumpulkan adalah sesuai dengan jenis data seperti yang dipaparkan oleh Bogdan dan Biklen yakni meliputi dokumen pribadi dan dokumen resmi.[68] Dokumen pribadi berisi catatan-catatan yang bersifat pribadi.[69] Misalnya, buku harian, surat pribadi, dan otobiografi.[70] Sedangkan dokumen resmi terdiri dari dokumen internal dan eksternal.[71] Dalam konteks penelitian ini, dokumen internal lembaga dapat berupa data kegiatan, program-program yang terkait dengan pengembangan dakwah, laporan penilaian, dll.

5. Analisis Data

Analisis data menurut Patton sebagaimana dikutip oleh Kasiram adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya dalam sutu pola,

[66] Sugiyono, *Metode Penelitian…*, 235.
[67] Pius Partanto, Dahlan al-barry, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Arkola, 1994) h, 121.
[68] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 240.
[69] Tanzeh, *Pengantar Metode…*, 66.
[70] Moleong, *Metodologi Penelitian…*, 218.
[71] Ibid., 219.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kategori dan satu uraian dasar.[72] Analisa data berbeda dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian dan mencari hubungan antara dimensi-dimensi uraian. Setelah data itu terkumpul kemudian dijadikan konsklusi. Analisa data pada penelitian kualitatif berlangsung selama dan pasca pengumpulan data. Sebagaimana dinyatakan oleh Milles dan Haberman, analisa data kualitatif dikatakan sebagai model alir *(Follow Model).*[73] Oleh kerena itu, proses analisa data mengalir dari tahap awal sampai tahap penarikan kesimpulan studi. Adapun metode yang digunakan peneliti dalam menganalisa data adalah:

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan pemerhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang diperoleh dari lapangan setudi. Tujuan pokok reduksi data, selain untuk menyederhanakan data, juga untuk memastikan bahwa data yang diperoleh itu adalah data yang tercakup dalam ruang lingkup penelitian. Dalam batasan rumusan masalah inilah permasalahan utama penelitian berada.

b. Penyajian Data

Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data dalam penelitian ini berwujud kata-kata, kalimat-kalimat maupun paragraf-paragraf.

[72] Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif* (Malang: UIN Maliki Perss, 2008), 228.
[73] Agus Salim, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006), 23.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penyajian data yang dilakukan adalah dalam bentuk teks naratif dan dibantu dengan matriks, grafik, dan bagan. Merancang kolom untuk sebuah matriks untuk data kualitatif dan merumuskan jenis serta bentuk data yang harus dimasukkan ke dalam kotak matriks untuk kegiatan analisis.[74]

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti mencari makna pada setiap gejala yang diperoleh dari lapangan, mencatat pola keteraturan atau pola penjelasan dan konfigurasi yang mungkin ada alur kausalitas atau proposisi (suatu kalimat yang mungkin salah atau benar).[75] Penarikan kesimpulan dilakukan secara obyektif dan terbuka. Selama berlangsungnya penelitian, setiap kesimpulan yang ditetapakan terus menerus diverivikasi hingga benar-benar diperoleh konsklusi yang benar-benar valid dan kokoh.

6. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Perpanjangan pengamatan. Hal ini dilakukan dengan cara peneliti melakukan penambahan waktu untuk mengamati dan untuk menguji pengamatan.

[74] Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 39.
[75] Salim, *Teori…*, 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Triangulasi. Triangulasi merupakan kegiatan "cek dan ricek" data yang telah didapatkan dengan sumber lain sebagai pembanding. Triangulasi dilakukan dengan tiga cara yaitu sumber, metode dan waktu. Triangulasi sumber berarti mencari sumber-sumber lain di samping sumber yang telah didapatkan. Triangulasi metode merujuk pada penggunaan metode penelitian yang berbeda. Triangulasi waktu berarti melakukan wawancara atau pengamatan diwaktu yang berbeda.
c. Pengecekan teman sejawat. Teman sejawat adalah sesama peneliti atau ahli yang sama sekali tidak terlibat dalam penelitian ini. Pengecekan ini dimaksudkan untuk mendapatkan masukan, kritik, penajaman, sudut pandang lain atas hasil-hasil penelitian.[76]

J. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan menyeluruh tentang penelitian ini, maka sitematika penulisan laporan dan pembahasannya diperinci sebagai berikut:

Bagian awal berisi; sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, pernyataan keaslian, motto, persembahan, prakata, daftar table, daftar gambar, daftar lambang dan singkatan, daftar lampiran, pedoman transliterasi, abstrak yang memuat tentang uraian singkat yang dibahas dalam tesis dan daftar isi.

[76] Nusa Putra dan Santi Lisnawati, *Penelitian Kualitatif Pendidikan Agama Islam* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2013), 44-46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I: Pendahuluan, bagian ini meliputi: latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi istilah, kerangka teoritik, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika pembahasan.

BAB II: Kajian Pustaka, bagian ini dari empat bagian. *Pertama;* Komunikasi, *Kedua;* Getok Tular, *Ketiga;* Dakwah dan *Kempat;* Komunikasi *Getok Tular* sebagai metode kontak dakwah.

BAB III: Gambaran Umum Lokasi Penelitian, bagian ini mencakup Sejarah Berdiri, Profil, Tujuan dan Metode Dakwah, Kurikulum Dakwah dan Struktur Organisasi HTI DPD II Tulungagung.

BAB IV: Deskripsi dan Analisis Hasil Penelitian, bagian ini mencakup deskripsi, temuan-temuan dan analisis hasil penelitian mengenai penggunaan komunikasi *getok tular* dan argumentasi penggunaan komunikasi *getok tular* sebagai metode kontak dakwah Hizbut Tahrir Indonesia DPD II Tulungagung.

BAB V: Penutup, berisi tentang kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, implikasi teoritik, keterbatasan studi dan rekomendasi sesuai dengan tujuan dan kegunaan penelitian tesis ini.

Bagian akhir memuat daftar rujukan yang merupakan daftar buku yang menjadi referensi peneliti. Kemudian, diberikan juga lampiran-lampiran yang memuat dokumen-dokumen terkait penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id