BAB V

ANALISIS DATA

Pada bagian ini akan dilakukan analisis berdasarkan rumusan masalah penelitian. Terdapat 3 rumusan masalah penelitian yakni: 1) Apa produk yang ditawarkan oleh JMMI ITS dalam menciptakan kader dakwah kampus ? 2) Bagaimana perumusan produk yang dilakukan oleh JMMI dalam menciptakan kader dakwah kampus ? 3) Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh JMMI ITS dalam mencetak kader dakwah kampus.

Pada bagian ini peneliti akan menganalisa satu persatu dari setiap rumusan masalah di atas sesuai dengan teori strategi komunikasi yang dipilih oleh peneliti. Peneliti hendak menganalisa apakah temuan – temuan data tersebut sesuai dengan teori strategi komunikasi yang ditetapkan oleh peneliti, atauka ada temuan – temuan baru di luar teori strategi komunikasi dan juga teori *social marketing* yang telah ditetapkan oleh peneliti.

A. Jenis Produk Sosial yang ditawarkan JMMI ITS

Jenis Produk Sosial yang ditawarkan JMMI ITS berdasarkan situasinya Produk sosial berdasarkan situasinya dapat dibedakan menjadi 3 jenis yakni 1) *They may offer a social product that satisfies a need that no other product is satisfying* 2) *they may offer a social product that satisfies a need that other social products are addressing but that satisfies it better* 3) *they may offer a social product that cannot satisfy a need that target adopters currently*

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

perceive or have but that nevertheless addresses a real underlying need of people

Jenis produk sosial yang ditawarkan oleh JMMI ITS kepada para mahasiswa ITS dalam menciptakan kader dakwah yang berkualitas adalah *They may offer a social product that satisfies a need that no other product is satisfying*. Maksud dari jenis produk sosial tersebut adalah bahwa JMMI ITS menawarkan produk yang bisa memuaskan atau memenuhi kebutuhan *dari target adopter* dan tidak ada produk sosial dari pihak lain yang menjadi pesaing.

JMMI ITS tidak memiliki pesaing yang menawarkan produk sosial dalam bidang dakwah, hal tersebut dikarenakan JMMI ITS merupakan satu – satunya lembaga dakwah kampus ITS yang legal seperti yang tertulis dalam buku panduan lembaga dakwah kampus ITS bahwa JMMI lah yang merupakan Lembaga Dakwah Kampus legal formal terhadap pelaksanaan aktivitas dakwah di kampus.[1]

JMMI ITS juga merupakan pusat dari seluruh kegiatan dakwah yang ada di seluruh jurusan di ITS yang totalnya 22 jurusan. JMMI ITS lah yang mensinergiskan elemen – elemen dakwah yang ada di kampus ITS menjadi satu yakni JMMI. JMMI ITS merupakan lembaga dakwah kampus ITS yang membawahi dan mengontrol seluruh Lembaga Dakwah Jurusan (LDJ) yang ada di ITS.

Dalam buku pandauan lembaga dakwah kampus ITS telah tertulis bahwa dalam memainkan peran fungsinya sebagai lembaga dakwah kampus yang terpola dengan baik, ke depan JMMI ITS mengusung visi "Bersatu mewujudkan sinergitas

[1] JMMI ITS, *Buku Panduan Bersama Lembaga Dakwah ITS* (Surabaya: JMMI ITS, 2011), 5.

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

gerak langkah dakwah kampus berbasis pembinaan menyongsong Indonesia islami", JMMI ITS sudah saatnya mencanangkan kematangan dakwah terintegrasi. [2]

Di dalam buku panduan lembaga dakwah kampus ITS juga jelas disebutkan bahwa JMMI merupakan lembaga dakwah kampus dibawah TPKI ITS yang menjalankan, menkoordinasikan dan memandu jalannya dakwah di ITS serta melakukan fungsi jaringan lembaga eksternal kampus.[3] Dari penjelasan tersebut sudah jelas bahwa memang JMMI merupakan satu – satunya lembaga dakwah yang bisa menawarkan produk sosial kepada seluruh mahasiswa muslim ITS.

Darori juga menjelaskan bahwa JMMI merupakan lembaga dakwah yang tidak memiliki pesaing, dan hanya JMMI yang memiliki legalitas untuk melakukan dakwah di ITS. JMMI juga pihak yang mengontrol setiap LDJ agar menjalankan bisa menjalankan dakwah di kampus ITS dengan jelas dan teratur, hal tersebut sesuai keterangan Darori sebagai berikut "Kalo pesaing nggakada, yang sama tujuannya untuk berdakwah nggak ada. Jadi JMMI dan seluruh LDJ linier, ibaratnya LDJ menjaring ikan, JMMI yang memilih ikannya. Di ITS yang dilegalkan cuman JMMI".[4]

Dari penjelasan – penjelasan di atas bisa disimpulkan bahwa JMMI ITS menawarkan produk sosial dengan jenis *They may offer a social product that satisfies a need that no other product is satisfying* dikarenakan produk tersebut

[2] Ibid., 5 – 6.
[3] Ibid., 8.
[4] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 2 Agustus 2017.

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

mampu memenuhi kebutuhan dari komunikan atau *target adopter* dan tidak ada produk sosial dari pihak lain yang bisa memenuhi kebutuhan dari komunikan

Jenis Produk Sosial yang ditawarkan JMMI ITS berdasarkan wujudnya yakni berupa *values* menanamkan kepada para target adopter bahwa target adopter tidak boleh memisahkan islam dengan kehidupan, kehidupan harus berlandaskan islam. Dan salah satu materi yang diberikan oleh JMMI ITS sebagai inti atau *substansi* untuk menggambarkan produk sosial tersebut adalah materi *syahadatain*. Bukti pertama yang menunjukkan bahwa *values* yang ditawarkan seperti penjelasan di atas adalah berdasarkan pernyataan dari Darori sebagai berikut "Jadi dari keseluruhan intinya begini, biar antara kehidupannya atau profesinya dan agama seimbang , jadi gak ada area islam dan non islam, islam itu hanya di masjid saja, ketika diluar sudah tidak islami lagi, padahal tidak seperti itu.Setiap saat dimanapun dia harus berlandaskan nilai2 islam. Intinya itu , pengennya itu. Makannya ada syahadatain"[5]. Darori juga menjelaskan bahwa materi syahadat itu ada konsekuensinya, makna syahadat "tidak ada selain Allah" seharusnya tidak hanya di masjid saja, tapi dibangku kuliah juga seharusnya tidak ada Tuhan selain Allah, kerjapun juga begitu.[6]

JMMI ITS menawarkan produk sosial berupa perubahan perilaku atau *practice*. Perubahan perilaku tersebut ada 3 hal. Yang pertama adalah perilaku atau moral yang mencerminkan kepribadian Islami. Diantara perubahan perilaku yang ditawarkan adalah yang awalnya *target adopter* berpacaran menjadi tidak beracaran

[5] Ibid., 2 agustus 2017.
[6] Ibid., 2 agustus 2017.

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

lagi, yang awalnya *target adopter* suka merokok tidak merokok lagi. Selain itu yang dimaksud dengan kepribadian islamiyah adalah yang awalnya *target adopter* tidak sholat lima waktu menjadi sholat lima waktu, yang awalnya *target adopter* tidak sholat berjamaah menjadi sholat di masjid dan berjamaah, yang awalnya *target adopter* tidak bisa membaca Al-Quran menjadi bisa membaca Al-Quran, yang awalnya tidak rutin dan malas membaca Al-Quran akhirnya menjadi setiap harinya semangat membaca Al- Quran.[7] Bahkan yang awalnya komunikan akhwat atau perempuan tidak memakai jilbab akhirnya menjadi memakai jilbab.[8] Selain itu, JMMI ITS juga menawarkan produk jenis *practice* yakni perubahan perilaku yang awalnya *taget adopter* awam bahkan tidak suka dengan kegiatan dakwah, menjadi suka dan semangat melakukan kegiatan dakwah di kampus ITS. Hal tersebut terbukti dari antusiasme *target adopter* yang mendaftarkan diri menjadi mentor pada program mentoring wajib. Jumlah banyaknya *target adopter* yang mendaftar ingin jadi mentor adalah 230 anak. Selain itu JMMI ITS juga menawarkan produk sosial yakni perubahan, yang awalnya tidak pernah membayangkan menjadi pemimpin dalam kegiatan dakwah, akhirnya menjadi pemimpin dalam kegiatan dakwah kampus di ITS. Mereka diberikan kewenangan untuk mengatur dan memajukan kegiatan dakwah di ITS. Diantara bentuk peran menjadi pemimpin adalah menjadi pengurus di LDJ atau menjadi pengurus JMMI.

[7] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.
[8] Rifqi, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 17 Mei 2017.

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. Desain Produk Social yang dilakukan oleh JMMI

Dalam mendesain produk terdapat tiga sudut pandang, yakni 1) Mendesain produk berdasarkan tingkat kesulitan penetrasi kepada target adopter 2) Mendesain produk berdasarkan tingkat kompleksitas pekerjaan pemasar 3) Mendesain produk berdasarkan obyek yang diadopsi oleh *target adopte*r.

Berdasarkan tingkat kesulitan penetrasi kepada target adopter, terdapat tiga situasi yang dihadapi oleh pemasar, yaitu menghadapi *latent demand*, *underfilled demand* dan *unwholesome demand*. JMMI ITS dalam mendesain produk menggunakan sudut pandang *latent demand*. *Latent demand* adalah kebutuhan yang akan terjadi namun untuk saat ini masih belum dirasakan oleh target adopter. Bukti yang menunjukkan bahwa JMMI ITS ketika mendesain produk sosialnya menggunakan sudut pandang *latent demand* adalah sesuai dari pernyataan Darori

> Jadi gini mas, dulu ITS ini kan jadinya nanti atau keluarnya akan menjadi enginering, harapannya setelah keluar nanti . Visi ITS kan salah satunya adalah Iman dan Taqwa, jadi IPTAQ juga IPTEK juga. Mahasiswa yang keluar itu ya ilmu teknologinya luar biasa, ilmu taqwanya juga luar biasa. Kalau dicari latar belakang saat ini kan banyak korupsi dsb, indonesia terkenal dengan budaya yang kurang tertib dsb didalam dunia kerja, ada banyak alumni yang cerita atau sharing begitu, ketika di Singapura dia sangat tertib, padahal tidak ada muslim disana, budaya – budaya Islam juga tidak ada disana. Disana dia sangat tertib sekali. Tapi ketika kembali lagi ke Indonesia dia ikut begitu, nah disini kan berarti ada miss antara kegiatan ritualnya tidak bisa melatih dirinya untuk tertib gitu, padahal sholat itu melatih buat tertib.[9]

Dari penyataan Darori tersebut kita akhirnya bisa tahu bahwa memang JMMI menawarkan sebuah produk sosial yang memiliki guna atau manfaat yang sangat

[9] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 2 Agustus 2017.

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

besar untuk masa depan, khususnya setelah masa perkuliahan dan memasuki masa bekerja. Darori juga menjelaskan bahwa tujuan kegiatan dakwah di ITS adalah mencetak mahasiswa yang memiliki kepribadian islami agar dapat menjadi contoh model ketika dikampus. Mencoba menjadi seorang muslim yang ideal, sehingga ketika sudah selesai kuliah bekerja maupun melakukan segala aktifitas sudah kuat secara iman.

Dari segi tingkat kompleksitas pekerjaan pemasar. Diketahui bahwa para *target adopter* atau para mahasiswa ITS mengharapkan tidak hanya sekedar ide – ide saja yang diberikan tetapi juga menginginkan berupa wujud nyata yang dapat memudahkan dipahami, dirasakan dan dikonsumsi oleh *target adopter*. Oleh karena itu akhirnya JMMI ITS tidak hanya sekedar memasarkan produk sosial berupa ide – ide saja, tetapi juga berupa praktek nyata. Diantara produk nyatanya adalah dalam segi kepribadian islami, JMMI ITS tidak hanya sekedar memberikan pemahaman atau ide agar para target adopter memiliki kepribadian Islami, tetapi JMMI ITS juga mengontrol secara penuh dalam mempraktekkan kepribadian yang Islami seperti sholat 5 waktu secara berjamaah, membaca ayat – ayat Al - Quran setiap harinya, berusaha membuat anak yang pacaran menjadi tidak pacaran lagi, berusaha membuat anak yang merokok menjadi tidak merokok lagi dsb. Selain itu JMMI ITS juga tidak hanya sekedar memberikan ide – ide mengenai bedakwah, tetapi JMMI ITS juga menyediakan pelatihan menjadi dai secara nyata, bahkan juga disediakan lahan untuk mempraktekkan *skill* menjadi dai pada lapangan kampus secara nyata, yakni menjadi mentor dalam kegiatan *mentoring*. JMMI ITS juga tidak hanya memberikan ide dalam menciptakan kader dengan kepribadian pemimpin. Tetapi

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

JMMI ITS juga memiliki produk nyata yakni berupa pelatihan managemen dan kepemimpinan, dan juga disediakan posisi – posisi managemen untuk melaksanakan managemen dakwah di ITS. Diantara posisi managemen tersebut adalah sebagai pengurus LDJ, dan juga sebagai pengurus JMMI Pusat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa JMMI ITS dalam mendesain produk sosialnya JMMI ITS menghadapi kondisi dual demand, yakni dimana target adopter memerlukan tidak hanya penawaran ide saja, melainkan juga butuh wujud yang nyata yang dapat memudahkan dipahami dan dikonsumsi oleh target adopter

Berdasarkan obyek yang diadopsi oleh target adopter, JMMI ITS merasa bahwa para target adopter membutuhkan peringatan dan ajakan yang terus – menerus untuk suatu perilaku tertentu dikarenakan kebutuhan terhadap produknya dapat melemah seiring dengan berjalannya waktu. JMMI ITS merasa bahwa untuk menciptakan kader dakwah yang memiliki kepribadian islami, kepribadian dai, dan kepribadian pemimpin membutuhkan tahahapan – tahapan yang jelas, sehingga akhirnya muncul pemikiran membuat kurikulum materi yang sangat sistematis. Materi yang diberikan pada awal – awal adalah materi – materi untuk mencetak kader dakwah yang memiliki kepribadian islami. Dan untuk membuat kader memiliki kepribadian islami dibutuhkan banyak sekali materi agar kader benar – benar kuat secara pemahaman islam khususnya mengenai *syahadatain*. Dikarenakan cukup banyak materinya akhirnya dibuat sistem mentoring pada setiap minggunya untuk memberikan materi – materi tersebut. Apabila sudah lulus ujian marhalah maka target adopter bisa lanjut ke tahap selanjutnya.

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. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang hendak diraih oleh JMMI ITS adalah membuat komunikan memiliki kepribadian islamiyah, kapribadian da'iyah, dan kepribadian kepemimpinan. Jadi JMMI ITS hendak ingin merubah para komunikan yang awalnya tidak memiliki kepribadian islamiyah menjadi memiliki kepribadian islamiyah, yang awalnya komunikan tidak memiliki kepribadian da'iyah menjadi memiliki kepribadian da'iyah, dan yang awalnya tidak memiliki kepribadian kepemimpinan menjadi memiliki kepribadian kepemimpinan.

Yang dimaksud dari menciptakan kepribadian islamiyah yakni komunikan memahami dan sepakat dengan materi tauhid yang telah diberikan. Kemudian komunikan memiliki akhlak yang baik, misalnya yang awalnya berpacaran menjadi tidak beracaran lagi, yang awalnya suka merokok tidak merokok lagi. Selain itu yang dimaksud dengan kepribadian islamiyah adalah yang awalnya komunikan tidak sholat 5 waktu menjadi sholat 5 waktu, yang awalnya komunikan tidak sholat di masjid menjadi sholat di masjid, yang awalnya komunikan tidak bisa membaca Al-Quran menjadi bisa membaca Al-Quran, yang awalnya tidak rutin dan malas membaca Al-Quran akhirnya menjadi setiap harinya semangat membaca Al-Quran.[10] Bahkan yang awalnya komunikan akhwat atau perempuan tidak memakai jilbab akhirnya menjadi memakai jilbab.[11]

Yang dimaksud dengan menciptakan kepribadian da'iyah yakni komunikan memiliki pemahaman mengenai konsep – konsep dakwah dan juga nilai penting

[10] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.
[11] Rifqi, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 17 Mei 2017.

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. Tidak hanya sekedar memahami konsep dakwah tetapi yang dimaksud dengan memiliki kepribadian da'iyah adalah bahwa komunikan yang awalnya tidak mau berdakwah, hingga memiliki semangat dakwah yang sangat tinggi, bahkan memiliki perjuangan dan pengorbanan yang sangat tinggi untuk melakukan dakwah khususnya di kampus ITS.

Yang dimaksud dengan menciptakan kepribadian kepemimpinan yakni komunikan yang awalnya tidak mengetahui konsep- konsep kepemimpinan dan managerial akirnya mengetahui konsep kepemimpinan dan managerial. Tidak hanya sekedar paham tetapi yang awalnya tidak bisa memegang jabatan strategis dan mengelola lembaga dakwah kampus akhirnya bisa menjadi komunikan yang memiliki skill managerial yang baik dalam mengelola lembaga dakwah kampus ITS.

D. Mengenal Komunikan

Berdasarkan teori strategi komunikasi, langkah pertama setelah tujuan sudah ditetapkan adalah mengenal komunikan. Namun sebelum mengenal komunikan, kita harus mengetahui dahulu komunikan yang menjadi target oleh JMMI ITS dalam rangka mencetak kader dengan kepribadian islamiyah, kepribadian da'iyah, dan kepribadian kepemimpinan.

Target komunikan JMMI ITS dalam rangka mencetak kader dengan kepribadian islamiyah, kepribadian da'iyah, dan kepribadian kepemimpinan dibedakan sesuai dengan tingkatan tahapan kaderisasi atau marhalah. Total tahapan kaderisasi atau marhalah yang dilakukan oleh JMMI ITS ada 3 tahap, yakni

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

kaderisasi 1 atau *marhalah* satu, kaderisasi 2 atau *marhalah* dua, dan kaderisasi 3 atau *marhalah* tiga.[12]

Pada tahap kaderisasi 1 ini yang menjadi target komunikan adalah seluruh mahasiswa baru ITS yang beragama Islam. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari Mas Darori selaku Direktur BPM (Badan Pembinaan dan Mentoring) " kalau yang mentoring wajib (yang ditarget) itu seluruh mahasiswa (3600 mahasiswa),...".[13] Yang menjadi target komunikan pada (KD) Kaderisasi 2 adalah staff LDJ dan LDDOP yang telah melalui marhalah 1 ataupun yang direkomendasikan oleh LDJ dan LDDOP yang bersangkutan.[14] Yang menjadi target komunikan pada (KD) Kaderisasi 3 adalah PH di LDJ dan LDDOP dan *middle* di JMMI yang telah diseleksi dan diseleksi oleh alumni Marhalah 3.[15]

Berdasarkan teori mengenal komunikan Drs. Anwar Arifin, bahwa untuk mengenal komunikan yang harus diketahui oleh komunikator ada 3 hal yakni : 1) Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak yang terdiri dari a. Pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan, b. Kemampuan khalayak untuk menerima pesan – pesan lewat media yang digunakan, c. Pengetahuan khalayak terhadap perbendaharaan kata – kata yang digunakan 2) Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai – nilai dan norma – norma kelompok dan masyarakat yang ada 3) Situasi dan kondisi dimana khalayak tersebut berada.[16]

---

[12] JMMI ITS, *Buku Panduan Bersama Lembaga Dakwah ITS* (Surabaya: JMMI ITS, 2011), 16-17.
[13] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.
[14] JMMI ITS, *Buku Panduan Bersama Lembaga Dakwah ITS* (Surabaya: JMMI ITS, 2011), 17.
[15] Ibid., 18.
[16] Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas* (Bandung: Armico, 1984), 60.

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

Menurut peneliti, para komunikator atau mentor JMMI ITS telah melakukan proses pengenalan komunikan sesuai dengan teori strategi komunikasi Drs. Anwar Arifin yakni mengetahui pengetahuan komunikan mengenai pokok persoalan yang hendak diberikan kepada para komunikan tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya beberapa temuan data dilapangan yang ditemukan oleh peneliti.

Data yang pertama adalah JMMI ketika di awal kali bertemu dengan para komunikan atau mahasiswa baru yang berjumlah kurang lebih 3600 mahasiswa, JMMI telah memberikan tes tulis kepada mahasiswa baru tersebut. Tes tulis tersebut isinya berupa soal- soal mengenai pengetahuan – pengetahuan tentang islamiyah seperti tauhid, akhlak dan ibadah. Tujuan dari diberikannya tes tulis tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh para komunikan tersebut, khususnya mengenai soal tauhid, akhlak dan juga ibadah. Dicarinya data mengenai tingkat wawasan ataupun pengetahuan mengenai agama itupun bukannya tanpa alasan. Ternyata JMMI melakukan hal tersebut dikarenakan ingin mengelompokkan para komunikan berdasarkan tingkat pengetahuan ke Islamannya. Semisal ada anak yang secara pengetahuan tauhid dan akhlak sudah cukup banyak maka akan dikelompokkan dengan sesama komunikan yang memiliki tingkat pengetahuan yang sama, begitu pula untuk yang lainnya. Pengelompokkan berdasarkan hasil soal tes tersebut berfungsi untuk memudahkan mentor atau komunikator dalam mengisi materi atau mentoring kedepannya, karena komunikannya *homogen* atau memiliki wawasan dan pengetahuan yang sama. Soal ujian yang diberikan itupun juga tidak sembarangan, tetapi disesuaikan dengan

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

materi – materi yang hendak diberikan pada tahap kaderisasi 1 yakni masalah tauhid, akhlak, dan juga soal ibadah.

Peneliti juga menemukan bahwa ternyata JMMI ITS dalam proses pengenalan terhadap komunikan juga memperhatikan atau melakukan pengenalan terhadap media yang mampu digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan. Hal tersebut juga sesuai dengan teori strategi komunikasi dalam mengenali komunikan. Data yang membuktikan penyimpulan tersebut adalah ternyata para mentor JMMI mencari tahu karakter dari setiap komunikannya mengenai penggunaan media yang biasa digunakan. Setelah dipelajari ternyata berdasarkan penjelasan dari Mas Darori selaku Direktur BPM menjelaskan bahwa para komunikan ketika menggunakan media SMS atau Chattingan mereka sungkan, dan cenderung tertutup. Oleh karena itu Mas Darori lebih menggunakan media langsung atau *face to face*. Dengan *face to face* menurut Mas Darori akan bisa lebih terbuka dan tidak perlu sungkan – sungkan lagi ketika berdialog.

Peneliti juga menemukan bahwa JMMI ITS juga melakukan pengenalan komunikan berdasarkan tingkat pengetahuan bahasa atau perbendaharaan kata yang dimiliki oleh komunikan. Data yang membuktikan bahwa JMMI telah melakukan hal tersebut adalah data berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Mas Rifki selaku seorang mentor, beliau menjelaskan bahwa seorang mentor harus menggunakan bahasa yang sesuai dengan karakter komunikannya, semisal ketika komunikannya suka bergaul di warung kopi atau *cangkrukan*, maka menurut Rifki gunakan bahasa – bahasa yang tidak kaku atau non formal.[17] Sedangkan apabila

[17] Rifqi, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 17 Mei 2017.

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

komunikannya adalah anak – anak yang secara wawasan agama sudah banyak, dulunya dia ikut rohis maka bisa menggunakan istilah – istilah yang teknis.[18]

Peneliti menemukan juga bahwa JMMI ITS melakukan pengenalan komunikan berdasarkan kelompok dan norma – norma atau nilai – nilai kelompok yang melingkupi komunikan. Data yang menunjukkan bahwa JMMI ITS juga melakukan pengenalan terhadap kelompok yang melingkupi komunikan adalah sebagai berikut. JMMI melakukan analisa apakah dulunya komunikan ketika SMA mengikuti rohis ataukah tidak. JMMI mendapatkan data tersebut dari kuisioner yang diberikan kepada komunikan. Isi pertanyaan pada kuisioner tersebut salah satunya adalah apakah dulunya ketika SMA sudah pernah mengikuti rohis ataukah tidak.[19] Alasan JMMI memetakan hal tersebut adalah apabila komunikan sudah bergabung dengan rohis ketika SMA apalagi sudah pernah mengikuti mentoring maka secara nilai – nilai ketika mengikuti program mentoring JMMI ITS sudah sesuai, tidak perlu penyesuaian lagi. Hal ini sesuai dengan penjelasan Rifki selaku mentor " Maksudnya adalah berarti kalau mereka sudah ikut rohis, otomatis mereka sudah memiliki pengetahuan islam lebih, terus kalo mereka sudah rohis biasanya mereka juga ada kelompok mentoring juga. Jadi kita tahulah bahwa anak ni berarti sudah memiliki semangat untuk mengikuti mentoring."

JMMI ITS juga mencari informasi mengenai organisasi apa yang pernah diikuti oleh komunikan, baik organisasi dakwah maupun organisasi non dakwah. Informasi tersebut didapatkan dari kuisioner yang diberikan oleh JMMI kepada

[18] Ibid., 17 Mei 2017.

[19] Ibid., 17 Mei 2017.

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

komunikan juga ketika di awal – awal sebelum mentoring. Hal tersebut dilakukan oleh JMMI ITS untuk mengetahui kecenderungan nilai – nilai atau norma – norma yang dimiliki oleh komunikan karena hasil pengaruh dari kelompok yang pernah diikutinya terutama organisasi dakwah. Dikarenakan dari organisasi dakwah yang pernah diikuti mentor akan mengetahui kecenderungan aliran agama yang dimiliki oleh komunikan. Kelompok aliran agama juga perlu untuk diketahui menurut Rifki dan hal tersebut harus dipetakan.[20] Alasan perlunya memetakan kelompok aliran agama adalah agar memudahkan mentor nantinya ketika melakukan mentoring, dikarenakan apabila mentor tidak mengetahui kelompok aliran agama dari komunikan dikhawatirkan komunikator bisa menabrak nilai- nilai atau norma-norma yang dimiliki oleh komunikan. Bahkan Rifki memberikan contoh

> Kalau seumpama mereka ini (aliran terntentu) yang saklek, maka akan dikasih mentor khusus yang memiliki pengalaman disana yang lebih lah pengetahuannya. Soalnya nanti kan takutnya nih (alairan tertentu) itu kan mas biasanya kentel dengan budaya maka kalau dikasih mentor yang keras, maka mereka tidak akan mau ikut mentoring lagi mas.nanti dianggapnya mentoring ini dianggap sebagai sarana dakwah yang apa gitu kan, Kalau mentornya keras nanti dikira wahabi sama mentenya. Jadi dicari mentor yang tahu cara masuknya dan memberi mentoring yang tepat.[21]

Bahkan nantinya ketika sudah diketahui kelompok aliran agamanya, maka akan dibuatkan kelompok khusus sendiri sesuai dengan kelompok agama tersebut, diberikan mentor khusus yang mampu menghadapi komunikan yang memiliki

[20] Ibid., 17 Mei 2017.
[21] Ibid., 17 Mei 2017.

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

kelompok aliran agama tertentu tersebut agar kegiatan mentoring tetap bisa berjalan dengan lancar.

Selain kelompok organisasi, mentor JMMI ITS juga mencari tahu kelompok bermain atau kelompok pergaulan. Untuk mengetahui kelompok bermain, para mentor melakukan pengamatan atau observasi secara langsung untuk melihat siapa teman bergaul dari komunikan ketika di lingkungan kampus. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan dari Rifki yakni " iya data yang tentang bergaulnya dan siapa temennya tadi dicari sendiri, didapatkan ketika massa perkenalan awal – awal yang dilakukan oleh mentor terhadap mentenya. Selain itu juga dilakukan dengan cara melihat secaara langsung atau observasi, dikarenakan kan kita satu jurusan, jadi akan tahu dia bergaulnya sama siapa ".[22] Fungsi dari dicarinya data mengenai kelompok bermain tersebut adalah agar mentor bisa mengetahui cara memberikan mentoring yang tepat kepada komunikan tersebut. Rifki sempat memberikan contoh yakni "kalau saya sih memang juga mikir begitu mas, saya selalu mikirin kalau semisal anaknya seperti ini, enaknya membawakannya bagaimana ya, conthnya adala saya punya komunikan yang namanya Dendi, si Dendi ini anaknya suka bergaul dengan teman – temannya yang ada di warkop, nah kalau dibawain dalil, susah, mental gitu kan, mending dibawa ke kehidupan nyata ".[23]

Peneliti menemukan bahwa mentor JMMI ITS juga melakukan pengenalan terhadap situasi dan kondisi komunikan sebelum dilakukannya proses komunikasi. Para mentor JMMI ITS harus memiliki kepekaan terhadap kondisi dan situasi yang

[22] Ibid., 17 Mei 2017.
[23] Ibid., 17 Mei 2017.

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

sedang dihadapi oleh komunikan. Darori memberikan contoh semisal ada anak yang mengantuk ketika forum karena memang sudah sangat lelah maka mentoringnya dicukupkan atau dihentikan. Hal tersebut sesuai dengan yang dijelaskan oleh Darori yakni " Kalau semisal mereka mengantuk ya kita cukupkan, karena ya tadi yang penting utamanya adalah dia ketemu , tau kondisi terus, kemudian berlanjut terus gitu lo. MAteri itu istilahnya yang kedua (kedudukannya) ".[24] Bahkan menurut Darori ketika waktu mentoring tiba – tiba ada masalah yang dihadapi oleh komunikan maka akhirnya mentoring tersebut tidak jadi membahas materi mentoring yang seharusnya tetapi membahas masalah yang dihadapi oleh komunikan tersebut.

Rifki juga memberikan contoh semisal

> Kalau dari JMMI harapannya mentor itu ya begitu mas, tapi mentor juga gak boleh teralu kaku sama itu mas. Jadi seumpama nih, kayak dosen gitu kan, kita nerangin harus melihat keadaan mahasiswanya, biasanya seperti pemandu – pemandu itu kan diawal ada askbreaking atau apa itu, tapi lebih pada cara membawainnya atau menympaikannya. Semisal suasananya itu lagi malem gitu kan, habis sholat magrib kita ajak makan malam dulu, kita bayarin jadi harus ada pengorbanan.(uang pribadi) Semua mentor juga begitu, bahkan ada yang intens nraktirnya. Kemudian pas makan sambil diberi materi sedikit – sedikit, semisal kita jelasin ini lo uang makan kita dari orang tua, maka kita harus berbakti sama orang tua dst."[25]

Contoh realitas rill lainnya yang pernah dialami oleh Rifki adalah dia pernah pada waktu itu komunikan sedang masa – masa banyak kuis atau tugas – tugas dari para dosen. Akhirnya Rifki selaku mentor karena memahami kondisi komunikan

[24] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.
[25] Rifqi, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 17 Mei 2017.

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

yang seperti itu akhirnya ketika mentoring Rifki memberikan informasi mengenai karakter setiap dosen, biasanya dari mana sumber soal kuisnya dari dosen tertentu, akhirnya membuat komunikan merasa terbantu atas informasi yang diberikan oleh mentor. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan Rifki yakni "Iya, bahkan pernah da kadang – kadang ketika pada masa – masa banyak kuis-kuis, akhirnya mentornya juga memberikan informasi mengenai mengejarkan kuis – kuis tersebut. Mentor biasanya juga menjelaskan karakter dari setiap dosen agar mente tau karakter setiap dosen seperti apa, biasanya mengambil soal dari buku yang mana dsb. Jadi kegiatan mentoring itu bukan hanya kegiatan agama doang, tetapi juga sharing – sharing terkait bagaimana dosen pelajarannya dia, pokoknya membantu menyelesaikan masalah mereka".[26] Dari contoh yang diberikan oleh Rifki tersebut membuktikan bahwa memang seorang mentor harus memiliki kepekaan terhadap keadaan atau kondisi komunikan ketika hendak melakukan komunikasi.

E. Merumuskan Pesan

Pada bagian sub bab ini peneliti akan melakukan analisa proses perumusan pesan yang dilakukan oleh para komunikator JMMI. Dalam melakukan analisa tersebut, peneliti akan menggunakan pisau analisa dari teori strategi komunikasi Drs. Arifin. Dalam teori strategi komunikasi Arifin menyebutkan bahwa agar pesan bisa berhasil maka harus ada 4 syarat yang harus terpenuhi yakni :[27] 1) Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa agar bisa menarik perhatian khalayak sasaran. 2) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang disesuaikan

[26] Ibid., 17 Mei 2017.
[27] Arifin, Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas, 68 – 69.

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

dengan kerangka acuan khalayak. 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan individu khalayak dan memberikan solusi untuk memenuhi. 4) Pesan harus menyarankan cara memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan situasi kelompok dimana khalayak berada pada saat digerakkan untuk memberikan respon sesuai yang dikehendaki.

JMMI ITS sudah memiliki kurikulum materi tetap yang menjadi panduan dalam menyelenggarakan kegiatan PSI maupun mentoring dalam rangka mencetak kader dakwah kampus. Materi – materi tersebut dibuat sesuai dengan tujuan JMMI dalam mencetak kader dengan kepribadian islamiyah, kepribadian da'i dan kepribadian kepemimpinan. Kita bisa melihat pada tahap kaderisasi 1, semua materi – materi yang diberikan mengarah kepada pembentukan kepribadian Islamiyah. Materi – materi pada pada tahap kaderisasi 1 lebih fokus terhadap dasar – dasar keislaman dari komunikan, mulai dari membahas makna syahadat, Ghozwul Fikr, Fiqh Toharoh,Fiqh Sholat, Adab bergaul Birul Walidain, dan membahas mengenai sejarah – sejarah Rosul.[28]

Pada tahap kedua kaderisasi materi – materi yang diberikan fokus pada pembentukan kepribadian da'iyah. Oleh karena itu materi- materi yang diberikan pada tahap kaderisasi kedua ini, lebih condong berbau dakwah seperti Fiqh Dakwah, Dakwah Kampus, Mujahadah dalam dakwah, public speaking, marketing dakwah , amal Jama'i (dakwah berorganisasi) dsb.[29]

---

[28] JMMI ITS, *Buku Panduan Bersama Lembaga Dakwah ITS* (Surabaya: JMMI ITS, 2011), 19.
[29] Ibid., 19.

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 tahap ketiga kaderisasi materi – materi yang diberikan fokus pada pembentukan kepribadian pemimpin. Oleh karena itu materi – materi yang diberikan juga berisi tentang masalah – masalah yang akan dihadapi pemimpin, dan memberikan bekal menjadi seorang pemimpin. Materi – materi yang diberikan antara lain Sirah Khilafah Islamiyah, Studi Pemikiran dan Gerakan Islam, Takwinul Ummah, Fiqh Daulah, Manajemen Organisasi, Leadership, Komunikasi Politik dll.[30]

Dalam aplikasinya khusus untuk KD 1 diperbolehkan untuk membahas materi – materi lain selain materi wajib pada kurikulum yang sudah ditetapkan asalkan materi tersebut sudah mendapatkan ijin atau telah disepakati oleh LDJ (Lembaga Dakwah Jurusan).[31] Namun untuk tahapan – tahapan yang selainnya harus disesuaikan dengan materi yang sudah ditetapkan pada kurikulum.

Dari fakta – fakta di atas, kita dapat menganalisa bahwa ternyata JMMI ITS dalam merumuskan atau menciptakan materi tidak didasarkan pada kebutuhan dari komunikannya atau permintaan dari komunikannya. Tetapi JMMI ITS dalam membuat materi disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai oleh JMMI tersebut yakni hendak menciptakan kader dakwah dengan kepribadian islamiyah, kepribadian da'iyah, dan kepribadian pemimpin. Bahkan materi tersebut sudah terkurikulum dengan baik dan tertata secara sistematis dalam membentuk 3 kepribadian kader dakwah. Oleh karena itu mau tidak mau komunikan harus mengikuti materi – materi yang sudah dibuat oleh JMMI ITS. Sehingga disini bukan

[30] Ibid., 19.
[31] Ibid., 17.

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

JMMI yang menyesuaikan kemauan dari komunikan, tetapi komunikanlah yang harus menyesuaikan materi – materi yang memang secara sistematis diciptakan oleh JMMI ITS dalam mencetak kader dakwah yang memiliki kepribadian islamiyah, kepribadian da'iya dan kepribadian pemimpin tersebut. Para mentor JMMI ITS dalam memberikan mentoring selalu mempertimbangkan diksi – diksi atau kata – kata yang hendak diberikan kepada komunikan. Hal tersebut terbukti dari pernyataan Mas Rifki yakni " ketika mengisi anak – anak yang sukanya *cangkrukan* di warung kopi maka bahasa yang digunakan harusnya bahasa yang tidak formal yang tidak kaku. Namun apabila komunikannya adalah anak – anak yang memang pengetahuannya luas maka mentor harus menggunakan istilah – istilah teknis".[32]

F. Memilih Media

Dalam teori *social marketing*, media yang dapat dipilih untuk memasarkan produk social ada 3 yakni *mass communication, selective communication, personal communication*. Dalam konteks penelitian ini diketahui bahwa ternyata JMMI ITS dalam mencetak kader dakwah kampus yang memiliki kepribadian islamiyah, daiyah dan pemimpin menggunakan media komunikasi secara langsung atau face to face atau dalam teori social marketing menggunakan *strategi personal communication*.

Dalam menawarkan *produk social* kepada *target adopter*, JMMI ITS memiliki program PSI dan mentoring. Pada Program PSI penawaran produk social kepada target adopter dilakukan oleh seorang ustad yang mengisi kajian dengan

[32] Rifqi, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 17 Mei 2017.

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

materi yang sudah ditentukan JMMI ITS secara langsung di depan seluruh anak yang mengikuti PSI. Pada kegiatan PSI tersebut menurut Darori dan Rifki seperti perkuliahan, jadi setiap target adopter boleh bertanya bila masih ada yang dibingungkan.

Dalam program mentoring, JMMI ITS juga menawarkan produk socialnya secara langsung atau face to face. Jadi interaksi antara mentor dengan target adopter sangat intens. Bahkan apabila ada masalah pada target adopter, kakak mentor atau personal communication siap membantu menyelesaikan masalah – masalah tersebut.

Strategi *presonal communication* atau *face to face* tersebut dipilih oleh para mentor JMMI ITS dikarenakan memiliki beberapa keuntungan yakni para mentor bisa semakin lebih dekat dengan komunikan karena bisa bertatap muka langsung dan juga komunikan bisa menjadi lebih terbuka terhadap mentor.[33]

Para mentor JMMI ITS juga terkadang menggunakan media sosial seperti Whatshapp. Mereka memiliki group Whatshapp yang mana fungsinya adalah untuk menjaga hubungan dengan komunikannya. Biasanya group whatshapp tersebut digunakan oleh mentor untuk diskusi – diskusi ringan atau digunakan untuk men-share link – link yang berisi mengenai berita – berita yang bisa menambah wawasan.

[33] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.

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

G. Metode komunikasi yang digunakan

Mentor JMMI ITS dalam melakukan komunikasi menggunakan metode *Reducancy (repetition)*. Para mentor JMMI ITS menggunakan metode komunikasi redudancy ketika hendak merubah perilaku dari komunikan yang berkenaan dengan masalah ibadah. Pada tahap kaderisasi 1, yang menjadi tujuan utama adalah mencetak kader dengan kepribadian islamiyah, salah satu yang menunjukkan bahwa kader memiliki kepribadian Islamiyah adalah kader tersebut ibadahnya baik atau disebut amalan *yaumiah*. Amalan – alaman tersebut adalah 1) Sholat wajib berjamaah, 2) Tilawah, 3) Sholat Dhuha, 4) Sholat Lail, 5) Hafalan Al- Quran, 6) Puasa Sunnah, 7) Ikut Kegiatan Keislaman, 8) Membaca Buku, 9) Silaturrahim, 10) Olahraga.[34] Untuk bisa mensukseskan tujuan tersebut para mentor JMMI ITS melakukannya dengan cara memberikan nasehat berulang – ulang, setiap minggu selalu diingatkan lagi untuk menjalankan amalan – amalan tersebut dan progressnya selalu dilaporkan kepada pihak LDJ (Lembaga Dakwah Jurusan). Nasehat tersebut akan selalu diulang – ulang hingga semua amalan tersebut terpenuhi. Hal ini membuktikan bahwa metode komunikasi yang dilakukan oleh mentor JMMI ITS dalam merubah perilau agar para komunikan menjalankan amalan – amalan di atas dilakukan secara terus – menerus, setiap minggu selalu dibahas dan dikontrol progressnya. Dan metode tersebut dinamakan metode *redudancy (repetition)* dalam teori strategi komunikasi. Dengan metode tersebut memang membuat komunikan akhirnya selalu ingat dan menaruh perhatian besar terhadap pesan yang

[34] JMMI ITS, *Buku Panduan Mentor* (Surabaya: JMMI ITS, 2014 – 2015), 41.

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

disampaikan oleh mentor untuk selalu menjalankan amalan – amalan *yaumiah* di atas.

Mentor JMMI ITS dalam melakukan komunikasi juga menggunakan metode *Canalizing*. Metode canalizing ini adalah metode yang mana ingin merubah komunikan melainkan dimulai dari kondisi awal komunikan (*start where the audience*), kemudian sedikit demi sedikit dirubah menuju ke tujuan komunikator. Metode komunikasi *canalizing* ini dilakukan oleh para mentor pada setiap hendak melakukan mentoring. Para mentor dalam melakukan mentoring selalu memperhatikan dahulu keadaan awal komunikan sebelum memulai kegiatan mentoring. Mentor tidak pernah langsung memaksakan memberikan materi mentoring. Seperti yang dijelaskan oleh Mas Darori, beliau menyatakan bahwa ketika hendak mengisi mentoring tiba – tiba keadaan komunikan lagi down atau sedang ada masalah maka materi mentoring tidak diberikan dahulu tetapi justru membahas masalah yang sedang dihadapi oleh komunikan tersebut.[35] Menurut Mas Rifki juga seperti itu, ketika mentor hendak mengisi kegiatan mentoring, mentor harus peka terhadap keadaan awal dari komunikan. Beliau memberikan contoh semisal pada waktu hendak mengisi mentoring, melihat komunikan sedang kelaparan karena belum makan dan terlihat sangat lelah maka akhirnya para komunikan tersebut ditraktir atau diajak makan dahulu, agar perutnya teris dahulu, baru setelah kenyang diberikan materi mentoring.[36]

[35] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.
[36] Rifqi, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 17 Mei 2017.

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

Bukti lain yang menunjukkan bahwa para mentor melakukan metode *canalizing* ketika hendak melakukan mentoring adalah para komunikan juga selalu menyesuaikan kesukaan atau keinginan dari komunikan, dan mentor berusaha mengikuti kesukaan dari komunikan tersebut, baru setelah itu diberikan materi mentoring. Hal tersebut terbukti dari penjelasan Mas Darori yang menyatakan bahwa semisal komunikannya suka bermain futsal maka nantinya akan diajak futsal bareng, baru setelah futsal nantinya melingkar dan diberikan mentoring, Bahkan Mas Darori juga memberikan contoh lain, semisal komunikannya suka naik gunung, maka naik gunung bareng – bareng setelah itu di atas gunung diberikan materi mentoring.[37]

Selain itu, metode *canalizing* ini juga digunakan oleh mentor JMMI dalam menghadapi komunikan yang memiliki perbedaan pandangan terhadap konsep islam atau materi – materi yang diberikan ketika mentoring. Tidak dipungkiri menurut Mas Rifki nantinya juga ada anak – anak yang mungkin memiliki kelompok aliran agama tertentu yang boleh jadi ada beberapa perbedaan secara konsep. Mas Rifki memberikan contoh semisal komunikannya adalah NU Saklek, yang mana masih kental terhadap tradisi, nantinya komunikan tersebut akan diberikan mentor khusus yang memiliki kemampuan menghadapi komunikan tersebut, dikarenakan apabila diberikan mentor yang tidak bisa menghadapi komunikan seperti itu, khawatirnya nanti komunikannya menuduh kegiatan mentoring adalah kegiatan yang tidak benar, yang akhirnya membuat anak tersebut

[37] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.

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

berpotensi untuk tidak mengikuti kegiatan mentoring lagi.[38] Menurut Mas Rifki untuk menghadapi komunikan yang seperti NU saklek misalnya, maka mentor harus mengikuti dahulu apa yang disukai oleh komunikan tersebut, kemudian mentor juga jangan memberikan materi – materi yang sensitif dahulu yang bisa membawa pertikaian, mentor harus mampu menahan diri ketika komunikan memberikan konsep yang berbeda dengan konsep yang hendak dijelaskan kepada komunikan, intinya mentor harus membuat senang komunikan dahulu, mengikuti kemauan komunikan dahulu , tidak boleh kontra dengan komunikan. Setelah komunikan merasa bahwa mentor merupakan sosok yang baik, yang dapat dipercaya, dan difigurkan. Sang mentor mulai melakukan perubahan sedikit demi sedikit.[39] Dari beberapa realitas di atas, akhirnya kita bisa menyimpulkan bahwa memang mentor JMMI dalam memberikan mentoring melakukan metode komunikasi *Canalizing*.

Berdasarkan teori pemasaran sosial, dalam menawarkan produk sosial yakni materi – materi yang bisa mencetak kader dakwah kampus yang memiliki kepribadian islamiyah, kepribadian daiyah, dan kepribadian pemimpin, JMMI ITS menggunakan *Education Strategi*. Yang dimaksud dengan *Education Strategi* adalah bentuk penyampaian pesan yang mendidik, yakni memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya secara sengaja, teratur dan terencana

[38] Rifqi, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 17 Mei 2017.
[39] Ibid., 17 Mei 2017.

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

dengan tujuan mempengaruhi dan mengubah tingkah laku sesuai dengan yang diinginkan dan dilakukan dalam kelompok.

Bukti pertama yang menjelaskan bahwa JMMI ITS melakukan *Education Strategi* adalah Dalam menawarkan produk sosialnya, JMMI ITS memulai dengan membagi 3600 calon *adopter* menjadi kelompok – kelompok kecil, yakni beranggotakan sekitar 9 – 10 orang. 3600 calon *adopter* tersebut merupakan jumlah keseluruhan mahasiswa muslim yang baru masuk kampus ITS Surabaya. Dalam setiap kelompok tersebut akan diberikan 1 pengajar atau pendidik yang disebut sebagai mentor. Mentor atau *personal communicator* memiliki tugas untuk memberikan materi – materi, membina adik – adik agar tetap mengikuti mentoring dan bisa lanjut pada tahap kaderisasi selanjutnya.

Bukti yang kedua adalah dibuktikan dari pesan – pesan yang disampaikan oleh para mentor atau *personal communicator* telah tersusun secara sistematis di dalam kurikulum materi yang dibuat oleh JMMI ITS. Dan seluruh materi – materi tersebut disusun berdasarkan tujuan yang jelas. Pada tahap kaderisasi 1, dikarenakan tujuan yang hendak dicapai oleh JMMI adalah mencetak kader dakwah yang memiliki kepribadian Islamiyah, maka kita bisa melihat bahwa materi – materi yang diberikan semuanya mengarah untuk pembentukan kepribadian Islamiyah tersebut. Begitu pula pada tahap kaderisasi 2, pada tahap ini materi – materi yang diberikan semuanya mengarah untuk pembentukan kepribadian dakwah. Pada tahap kaderisasi 3, materi – materi yang diberikan semuanya juga mengarah pada pembentukan kepribadian pemimpin.

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

Para mentor JMMI ITS juga melakukan tes seleksi untuk menentukan apakah komunikan bisa lanjut pada tahap kaderisasi selanjutnya ataukah tidak. Tes tersebut terdapat tes tulis yang berisi mengenai soal – soal yang sumbernya diambil dari materi – materi yang sudah diberikan pada PSI maupun Mentoring. Hal tersebut membuktikan bahwa memang JMMI ITS juga melakukan komunikasi Educative dalam mencetak kader dakwah yang memiliki kepribadian Islamiyah, kepribadian Da'iyah, dan kepribadian Pemimpin.

Dalam misi menciptakan kader dakwah kampus yang memiliki kepribadian islamiyah, kepribadian daiyah, dan kepribadian pemimpin, para mentor JMMI ITS menjalin interaksi dengan para komunikannya atau *target adopternya*.

Dalam teori terdapat 5 jenis tipe interaksi yang dapat dilakukan oleh *personal communicator* dalam menawarkan produk sosial terhadap target adopternya. Setelah peneliti melakukan penelitian, peneliti menemukan bahwa para mentor JMMI ITS dalam menawarkan produk sosial kepada *target adopter* menggunakan pola interaksi *People Oriented*. Interaksi *People Oriented* merupakan interaksi yang fokusnya adalah terhadap keadaan *customer* atau *target adopter*. *Personal communicator* berusaha memahami perasaan dan menanggapi perasaan dari pelanggan, sehingga terjalin hubungan yang erat yang membuat komunikan menjadi suka terhadap komunikator.

Menurut Mas Darori selaku Direktur BPM menyatakan bahwa figur mentor yang ditanamkan dalam benak para mente adalah figur seorang kakak, bukan figur seorang ustad.[40] Sebagai seorang kakak maka tugas utama para mentor harus selalu

[40] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.

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

membantu menyelesaikan masalah – masalahnya. Sebagai seorang kakak maka harus memahami keadaan dari adiknya.

Masalah tempat mentoringpun disesuaikan dengan keadaan dari komunikan, semisal adik – adik atau target adopter bosan mentoring di Masjid Manarul Ilmi, maka tempat mentoring juga bisa berubah bisa di taman, bahkan bisa sambil makan – makan, semua diorientasikan agar adik – adik merasa nyaman. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari mas Darori yakni " kadang disini (Masjid JMMI), kadang di taman, ganti suasana, kadang kita makan – makan sambil mentoring gitu kan ".[41]

Mas Darori juga menyatakan bahwa kalau bisa ketika mentoring jangan sampai formal, dikarenakan fungsi utama dari kegiatan mentoring adalah agar para adik – adik bisa sampai pada PSI selanjutnya. Sehingga benar – benar harus membuat adik – adik merasa puas dan senang terhadap kegiatan mentoring, bahkan menurut Mas Darori terkadang kegiatan mentoringnya dilakukan setelah melakukan futsal bareng, jadi setelah futsal istirahat melingkar di lapangan diberikan sedikit materi mentoring.

Mas Darori menekankan bahwa misi utama dari mentoring adalah agar para komunikan merasa nyaman dan senang dalam mengikuti kegiatan mentoring. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Mas Darori yakni "(misinya) agar dia (mente) terkena hatinya kemudian mau dikasih (mentoring)".[42] Bahkan apabila *target adopter* mengantuk maka materinya dicukupkan saja materinya dikarenakan

[41] Ibid., 15 Mei 2017.
[42] Ibid., 15 Mei 2017.

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

yang terpenting adalah kenyamanan dari komunikan, hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Mas Darori " kalau semisal mereka mengantuk ya kita cukupkan, karena ya tadi yang penting utamanya adalah dia ketemu , tau kondisi terus, kemudian berlanjut terus gitu lo. materi itu istilahnya yang kedua (kedudukannya) ".[43]

Mentor tidak pernah langsung memaksakan memberikan materi mentoring. Seperti yang dijelaskan oleh Mas Darori, beliau menyatakan bahwa ketika hendak mengisi mentoring tiba – tiba keadaan komunikan lagi down atau sedang ada masalah, maka materi mentoring tidak diberikan dahulu tetapi justru membahas masalah yang sedang dihadapi oleh komunikan tersebut.[44] Menurut Mas Rifki juga seperti itu, ketika mentor hendak mengisi kegiatan mentoring, mentor harus peka terhadap keadaan awal dari komunikan. Beliau memberikan contoh semisal pada waktu hendak mengisi mentoring, melihat komunikan sedang kelaparan karena belum makan dan terlihat sangat lelah maka akhirnya para komunikan tersebut ditraktir atau diajak makan dahulu, agar perutnya teris dahulu, baru setelah kenyang diberikan materi mentoring.[45]

Selain itu, dalam menghadapi komunikan yang memiliki perbedaan pandangan terhadap konsep islam atau materi – materi yang diberikan ketika mentoring. Menurut Rifki untuk menghadapi komunikan yang seperti (Aliran tertentu) yang saklek misalnya, maka mentor harus mengikuti dahulu apa yang disukai oleh komunikan tersebut, kemudian mentor juga jangan memberikan materi

[43] Ibid., 15 Mei 2017.
[44] Ibid., 15 Mei 2017.
[45] Rifqi, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 17 Mei 2017.

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

– materi yang sensitif dahulu yang bisa membawa pertikaian, mentor harus mampu menahan diri ketika komunikan memberikan konsep yang berbeda dengan konsep yang hendak dijelaskan kepada komunikan, intinya mentor harus membuat senang komunikan dahulu, mengikuti kemauan komunikan dahulu , tidak boleh kontra dengan komunikan. Setelah komunikan merasa bahwa mentor merupakan sosok yang baik, yang dapat dipercaya, dan difigurkan. Sang mentor mulai melakukan perubahan sedikit demi sedikit.[46]

Dari beberapa realitas di atas membuktikan bahwa memang para mentor atau personal communicator JMMI ITS dalam berinteraksi dengan target adopter menggunakan jenis pola interaksi *People Oriented.*

H. Peran Komunikator

Menurut Arifin seorang komunikator harus dipercaya oleh komunikan atau seorang komunikator harus memiliki *credibility*. Dan Arifin mengatakan bahwa *credibility* atau kepercayaan tergantung pada :[47] 1) Kemampuan dan keahlian mengenai pesan yang disampaikan, 2) Kemampuan dan keterampilan menyajikan pesan dalam arti memiliki tema, metode, dan media, sesuai dengan situasi, 3) Memiliki kepribadian dan budi pekerti yang baik, dan disegani masyarakat, 4) Memiliki keakraban atau hubungan baik dengan khalayak.

Mentor JMMI ITS diharuskan memiliki pemahaman dan kemampuan pada materi pesan yang hendak disampaikan. Hal tersebut sudah menjadi SOP (*Standard Operational Procedure*) bagi para mentor, bahkan hal tersebut sudah tercantum

[46] Ibid., 17 Mei 2017.
[47] Arifin, Strategi Komunikasi, 91.

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

dalam buku panduan mentor JMMI ITS. Dijelaskan dalam buku panduan mentor JMMI ITS bahwa seorang mentor harus memiliki karakter dalam hal pemikiran yakni:[48] 1) Kematangan konsep dakwah dalam dirinya. Seorang mentor dituntut untuk memiliki kemantapan fikroh yang bukan hanya mencakup ibadah, tapi juga aqidah, akhlak, sistem sosial, ekonomi, politik, sejarah, dll, 2) Tujuan dan *goal setting* yang ingin dicapai dari proses pembinaan mentoring kampus. Dengan memahami baik hal tersebut, maka kita memliki kriteria standar tersendiri dalam memahamkan para mentee. Parameter yang kita capai pun menjadi lebih jelas dan terarah dalam memberikan pemahaman tersebut, 3) Memliliki keluasan wawasan seputar perkembangan terkini dunia islam dan sekitarnya. Menjadi hal yang urgent bagi para mentor untuk memahami, minimal tahu, banyak hal yang terjadi di pergolakan dunia saat ini. Karena mau tidak mau, merekalah yang akan dijadikan tempat bertanya pertama oleh para mentee. Dengan keluasan wawasan yang dimiliki, kita memiliki bekal/modal awal untuk menyampaikan hal-hal tersebut.

Bukti lainnya yang menunjukkan bahwa mentor JMMI ITS harus memiliki pengetahuan mengenai materi yang hendak disampaikan adalah adanya tes atau ujian tertulis bagi mahasiswa yang hendak mendaftarkan diri menjadi seorang mentor. Ujian tersebut diberikan untuk menjamin mutu mentor khususnya soal pengetahuan yang dimiliki oleh seorang mentor. Apabila calon mentor tersebut pengetahuannya masih sangat minim dan kurang memenuhi syarat, maka beliau tidak bisa menjadi seorang mentor, harus belajar lagi dulu. Selain itu ada juga mekanisme diskusi antar mentor ketika hendak menyampaikan materi tertentu.

[48] JMMI ITS, *Buku Panduan Mentor* (Surabaya: JMMI ITS, 2014 – 2015), 14.

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

Tujuannya adalah agar diskusi tersebut bisa saling sharing pengetahuan agar ketika mengisi mentoring, soal pengetahuan sudah tidak ada masalah lagi.[49]

Mentor JMMI ITS juga diharuskan memiliki Skill berkomunikasi yang baik. Salah satu SOP (*Standard Operational Procedure*) yang dijelaskan pada buku panduan mentor JMMI ITS adalah "Sebelum melakukan mentoring persiapakan materi dengan baik. Baca setiap materi sebelum disamapaikan,kuasai bahan dan perdalam lalu kerangkakan cara penyampainnya. Apakah menggunakan diskusi, ceramah, simulasi, game,dan lain-lain Badan Pelaksana Mentoring JMMI ITS akan memberikan fasilitas khusus kepada mentor dalam meningkatkan kualitas diri, yaitu: buku mentor, pendampingan mentor dan sekolah mentor ".[50] Dari penjelasan tersebut bisa diketahui bahwa seorang mentor memang diharuskan menyiapkan dahulu komunikasinya sebelum melakukan mentoring, hal ini dilakukan untuk menjamin kualitas skill komunikasi dari mentor JMMI. Bahkan untuk menjamin kualitas skill komunikasi mentor, para mentor juga diberikan kursus atau sekolah mentor, yang mana JMMI sampai mendatangkan ahli *public speaking* untuk memberikan pelatihan.[51]

Bukti riel bahwa para mentor memiliki skill komunikasi yang baik adalah ketika menghadapi komunikan para mentor memetakan dahulu keadaan dan karakter dari komunikannya.Contohnya seperti Rifki ketika menghadapi komunikan yang sukanya bergaul dengan orang yang sukanya *cangkrukan* di warung kopi, akhirnya Rifki dalam memberikan materi mentoring caranya adalah

[49] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.
[50] JMMI ITS, *Buku Panduan Mentor* (Surabaya: JMMI ITS, 2014 – 2015), 15
[51] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.

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

ayat – ayat Al-Qurannya diletakkan di akhir, sedangkan di awal hingga pertengahan yang diberikan adalah cerita soal pengalaman Rifki yang berhubungan dengan materi yang hendak diberikan.[52] Rifki sengaja melakukan hal tersebut, dikarenakan menurutnya apabila komunikan yang seperti itu diberi ayat – ayat maka akan lari duluan, akan tidak suka akhirnya boleh jadi tidak mau mengikuti mentoring lagi. Selain hal tersebut yang dipikirkan, Rifki juga memikirkan mengenai bahasa yang digunakan untuk menghadapi komunikan yang seperti itu, menurut Rifki apabila menghadapi komunikan yang sukanya *cangkrukan* maka bahasa yang digunakan jangan kaku, atau jangan formal, memakai bahasa sehari – hari saja.

Bukti lain lagi yang menunjukkan bahwa mentor JMMI ITS memiliki skill komunikasi yang baik adalah, para mentor JMMI selalu melakukan analisa keadaan atau kondisi komunikan sebelum melakukan komunikasi. Menurut contoh yang diberikan oleh Rifki semisal komunikannya sedanng lapar belum makan maka jangan langsung diberikan materi melainkan berikan makanan dahulu.[53] Darori juga seperti itu, beliau menyatakan bahwa seorang mentor harus memperhatikan kondisi dari komunikannya, bahkan apabila komunikan sudah sangat lelah maka mentoring dicukupkan atau dihentikan saja.[54]

Mentor JMMI ITS diharuskan memiliki budi pekerti yang baik. Bukti pertama yang menunjukkan hal tersebut adalah didalam buku panduan mentor disebutkan bahwa seorang mentor ibadahnya harus baik. Diantara ibadah – ibadah tersebut adalah memelihara sholat-sholat wajib dan sunnat, membiasakan sholat

[52] Rifqi, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 17 Mei 2017.
[53] Ibid., 17 Mei 2017.
[54] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.

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

malam, membaca Al Qur'an secara kontinu, menjaga wirid-wirid dan dzikir-dzikir Ma'tsurat, senantiasa merendahkan diri kepada Allah dengan berdo'a, menjaga amal-amal ibadah sunnah lainnya.[55] Selain itu Darori juga menjelaskan bahwa seorang mentor juga harus memiliki akhlak yang baik, yang terpuji. Diantara akhlak yang baik tersebut adalah para mentor dilarang berpacaran dan juga dilarang merokok. Menurut Darori apabila diketahui ada seorang mentor yang ketahuan berpacaran atau merokok maka lisensi mentornya akan dicabut dan dia tidak akan menjadi mentor lagi.[56] Menurut Darori tindakan seperti itu sangat diperlukan dikarenakan apabila mentor melakukan hal tersebut dan diketahui oleh para komunikan, akhirnya komunikan menilai negatif terhadap mentor tersebut akhirnya apa yang diomongkan oleh mentor tidak didengarkan lagi oleh para komunikannya. Hal tersebut sesuai dengan penuturan Darori yakni "KArena ketika nanti dia rokokan atau apa gak didengarkan mesti , nanti malah kontra produktif ketika dakwah , karena yang penting itu bukan, ilmunya ya penting cuman yang lebih utama itu ketika pertama kali melihat oh Alhamdulillah masnya ini kalau dikelas begini – begini –begini, ketika dijurusan kok masnya baik, gak rokokan dsb. Akhirnya ketika ngomong kan mesti didengarkan."[57] Dampak yang kedua adalah ketika komunikan mengetahui mentor yang seperti itu maka itu sama artinya dengan mentor tersebut memberikan contoh yang tidak baik, akhirnya membuat komunikan merasa bahwa berpacaran dan merokok merupakan hal yang biasa – biasa saja dan akhirnya ditiru oleh komunikan.

---

[55] JMMI ITS, *Buku Panduan Mentor* (Surabaya: JMMI ITS, 2014 – 2015), 13.

[56] Darori, *Wawancara*, Masjid Manarul Ilmi Surabaya, 15 Mei 2017.
[57] Ibid., 15 Mei 2017.

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

Mentor JMMI ITS juga selalu melakukan pendekatan terhadap komunikan. Menurut keterangan Darori tujuan utama mentoring memang untuk menjalin kedekatan dengan mentor sehingga komunikan bisa bertahan hingga ke tahap kaderisasi selanjutnya.[58] Menurut Darori justru daya tarik kesan positif seorang mentor bagi komunikannya adalah menjadi sosok yang bersahabat.[59] Yang dimaksud dengan sosok yang bersahabat adalah sosok kakak yang selalu ada ketika komunikan menghadapi masalah apapun, dan mentor tersebut membantu untuk menyelesaikan masalah tersebut. Oleh karena itu tidak heran apabila kita melihat para mentor berkorban banyak demi mendapatkan hati dari komunikan seperti menraktir makan, ikut bermain futsal, ikut bermain sepak bola dsb. Dikarenakan ketika mentor sudah bisa menjadi sosok sahabat bagi komunikannya maka komunikan pasti akan selalu menurut kepada mentornya, disitulah tujuan utama dari kegiatan mentoring.

TABEL ANALISA DATA

NO	ASPEK	TEMUAN
1	Jenis Produk Sosial yang ditawarkan oleh JMMI ITS berdasarkan situasinya	– Jenis produk sosial yang ditawarkan oleh JMMI ITS berdasarkan situasinya adalah *They may offer a social product that satisfies a need that no other product is satisfying.* – Hal tersebut dikarenakan memang JMMI ITS merupakan satu – satunya lembaga dakwa yang menawarkan produk sosial keagamaan kepada para mahasiswa ITS, tidak ada pesaing. Data tersebut didapatkan dari buku panduan Lembaga Dakwah kampus ITS dan juga dari hasil wawancara dengan Darori.

[58] Ibid., 15 Mei 2017.
[59] Ibid., 15 Mei 2017.

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

		– Selain itu disebutkan juga bahwa JMMI ITS merupakan satu – satunya lembaga dakwah yang dipercaya oleh ITS untuk melaksanakan dan bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan dakwah di kampus ITS.
2	Jenis Produk Sosial yang ditawarkan JMMI ITS berdasarkan wujudnya	– Wujud dari produk sosial yang ditawarkan JMMI ITS dalam wujud ide adalah berupa *values* atau nilai – nilai. – *Values* tersebut adalah bahwa target adopter tidak boleh memisahkan islam dengan kehidupan, kehidupan harus berlandaskan islam dimanapun dan kapanpun. – Untuk mewujudkan hal tersebut, materi yang paling substansi yang harus diajarkan adalah materi *syahadatain*. – Data tersebut didapatkan dari wawancara terhadap Darori.
		– Wujud dari produk sosial yang ditawarkan JMMI ITS dalam wujud *practice* cukup banyak, diantaranya adalah perubahan perilaku menuju kepribadian islami, kepribadian daiyah, dan kepribadian pemimpin. – Wujud practice menciptakan kepribadian islam adalah yang awalnya *target adopter* berpacaran menjadi tidak beracaran lagi, yang awalnya *target adopter* suka merokok tidak merokok lagi, yang awalnya tidak sholat menjadi sholat wajib, yang awalnya tidak sholat jamaah di masjid menjadi sholat jamaah di masjid, yang awalnya tidak suka membaca Al – Quran akhirnya suka membaca Al – Quran. – Wujud *practice* menciptakan kepribadian Dai adalah yang awalnya *target adopter* tidak suka dengan kegiatan dakwah akhirnya suka dengan kegiatan dakwah. – Wujud *practice* menciptakan kepribadian Pemimpin adalah yang awalnya tidak pernah mengira mengurusi managemen, akhirnya menjadi pemimpin untuk memanagemen kegiatan dakwah di kampus ITS.

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

2	Desain Produk Sosial	– Berdasarkan tingkat kesulitan penetrasi pada adopter, ternyata JMMI ITS melakukan desain produk berdasarkan *Laten Demand.* – JMMI menawarkan sebuah produk sosial yang memiliki guna atau manfaat yang sangat besar untuk masa depan, khususnya setelah masa perkuliahan dan memasuki masa bekerja.
		– Berdasarkan tingkat kompleksitas pekerjaan pemasar. Diketahui bahwa para *target adopter* atau para mahasiswa ITS mengharapkan tidak hanya sekedar ide – ide saja yang diberikan tetapi juga menginginkan berupa wujud nyata yang dapat memudahkan dipahami atau disebut dengan *dual demand*.
		– Berdasarkan obyek yang diadopsi oleh *target adopter* JMMI ITS merasa bahwa para target adopter membutuhkan peringatan dan ajakan yang terus – menerus untuk suatu perilaku tertentu dikarenakan kebutuhan terhadap produknya dapat melemah seiring dengan berjalannya waktu. – Hal tersebut dikarenakan target perubahan yang diinginkan oleh JMMI ITS cukup besar yakni peruahan kepribadian Islam, kepribadian dai, dan kepribadian pemimpin.
3	Strategi Komunikasi dalam Mempromosikan Produk Sosial	– Dalam melakukan promosi produk sosialnya, langkah pertama yang dilakukan oleh JMMI ITS adalah mengenal komunikan atau target adopter. – Hal – hal menjadi pertimbangan bagi JMMI untuk mengenal target adopter adalah 1) tingkat pengetahuan dari target adopter terhadap materi yang hendak diberikan, 2) tingkat pengetahuan bahasa atau perbendaharaan kata yang dimiliki oleh komunikan, 3) kelompok dan norma – norma atau nilai – nilai kelompok yang melingkupi komunikan, 4) situasi dan kondisi komunikan sebelum dilakukannya proses komunikasi.
		– Berdasarkan teori social marketing, yang dilakukan oleh JMMI ITS dalam merumuskan pesan untuk promosi produk sosial adalah

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

		menggunakan pesan *universal messages* yakni materinya sudah ada dan telah terkurikulum. Secara khusus menggunakan *varied messages* yakni ketika mengemas pesan tersebut sesuai dengan kebutuhan dari target adopter. – Meskipun materinya sudah terkurikulum namun para mentor masih diperbolehkan untuk mengemas ulang sesuai dengan kondisi target adopter, asalkan tidak merubah substansi isi materi.
		– Berdasarkan teori strategi komunikasi, JMMI ITS dalam mencetak kader dakwah kampus menggunakan media secara langsung atau face to face secara berkelompok – kelompok. – Satu kelompok terdiri dari 10 orang dan 1 mentor. Secara waktu kajian atau mentoring setiap kelompok dibebaskan sesuai dengan kesepakatan kelompok masing – masing, asalkan setiap minggu harus ada kegiatan mentoring. – Berdasarkan teori *social marketing*, JMMI ITS dalam mencetak kader dakwah kampus menggunakan media *personal communication*. – Dalam menggunakan *personal communication*. JMMI ITS benar – benar secara intens untuk menjalin hubungan dan kedekatan dengan *target adopter*.
		– Berdasarkan teori *social marketing*, metode yang dilakukan oleh JMMI ITS untuk bisa mencetak kader dakwah kampus adalah menggunakan metode *people oriented*, yakni fokus kepada keadaan dari *target adopter* ketimbang penjualan. Dalam hal ini para mentor berusaha semaksimal mungkin untuk bisa meraih hati dari para target adopter. Caranya bisa dengan membantu target adopter untuk menyelesaikan masalah – masalahnya, seperti masalah kuliah, orang tua, bahkan laper.

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