

STRATEGI KOMUNIKASI GERAKAN MUKENA BERSIH (GMB) DALAM REKRUTMEN RELAWAN

Mia Kurnia Ningsih¹ Fatmawati²
Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatulloh Jakarta
miakurniningsih@gmail.com – fatmawati@uinjkt.ac.id

Kata kunci:

Strategi
Komunikasi,
GMB, Rekrutmen,
Relawan,
Organisasi

Keywords:

Communication
Strategy, CBM,
Recruitment,
Volunteer,
Organization

Abstrak

Gerakan Mukena Bersih (GMB) adalah salah satu program yang bersifat nirlaba dan berbasis relawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perumusan strategi komunikasi, pelaksanaan strategi komunikasi dan evaluasi dalam rekrutmen relawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Strategi komunikasi yang digunakan terdiri dari perumusan strategi komunikasi, pelaksanaan strategi komunikasi, dan evaluasi strategi komunikasi. Hasil penelitian menemukan strategi komunikasi dalam rekrutmen relawan. Metode strategi komunikasi menggunakan dua tahapan utama, organisasi dan publik. Tahapan organisasi terdiri dari analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan dan kegiatan komunikasi. Sedangkan tahapan publik terdiri dari feedback dan evaluasi.

Abstract

The Clean Mukena Movement (GMB) is a non-profit and volunteer-based program. This study aims to determine how the formulation and implementation of communication strategies, then evaluation in volunteer recruitment. This study used a descriptive qualitative approach with the constructivism paradigm. The used of strategy communication consists of formulating, implementing, and evaluating a communication strategy. The results of the study found communication strategies in volunteer recruitment. The communication strategy method used two main stages, namely organization and public. The organization stage consists of analysis and research, formulating policies, planning implementation programs and communication activities. Meanwhile, the public stage consists of feedback and evaluation.

¹ UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta

A. Pendahuluan

Beragam jenis karakteristik keyakinan, budaya serta strategi manusia sebagai individu maupun kelompok. Mereka berupaya dengan berbagai cara menyebarluaskan apa yang menjadi keyakinannya. Kemudian dikenalah dengan perencanaan komunikasi atau strategi komunikasi.¹ Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa “strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Secara terminologis strategi adalah perencanaan manajemen untuk mencapai tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberikan arah melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.”²

Strategi komunikasi Gerakan Mukena Bersih (GMB) pusat dalam rekrutmen relawan merupakan salah satu usaha mengambil bagian dalam strategi komunikasi. GMB adalah salah satu program yang bersifat nirlaba dan berbasis relawan, dirancang sesederhana mungkin sehingga

dapat menyentuh berbagai unsur dan kalangan di masyarakat.

GMB didirikan 27 Desember 2007 merupakan organisasi nirlaba yang kegiatan utamanya untuk pengadaan dan pemeliharaan mukena di tempat-tempat ibadah umum yang mudah dijangkau oleh para relawan. Dua kegiatan utama GMB adalah pengadaan mukena (Paket GMB) yang diupayakan dengan berbagai kegiatan penggalangan dana dan pemeliharaan mukena oleh para relawan pemelihara. Relawan pemelihara adalah seseorang yang memahami tujuan dan manfaat program GMB secara menyeluruh, baik bagi dirinya maupun bagi lingkungan. Ia mendukung kegiatan ini dengan berkomitmen akan memelihara mukena yang telah diamanahkan kepadanya.

Permasalahan mukena yang setiap hari dikenakan pada saat sedang melakukan ibadah shalat, bukanlah masalah yang bias dipandang sebelah mata. Syarat sah shalat ada lima, yaitu melaksanakan shalat pada waktunya, suci dari hadast, suci dari najis, menutup aurat, dan menghadap kiblat. Dalam syarat sah shalat ada suci dari najis, hadast dan menutup aurat. Seorang muslimah melaksanakan shalat harus dalam keadaan suci dari najis karena shalat tidak sah, jika terdapat najis yang menempel pada

¹Hamidi. (2010). *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*. Malang: UMM Press.

²Effendy. Onong Uchjana. (1996). *Kepemimpinan dan Komunikasi*. Yogyakarta: PT. Al-Amin Press.

anggota badan, pakaian, mukena, ataupun tempat shalat.³ Seorang muslimah diwajibkan menggunakan pakaian yang menutup aurat ketika shalat, salah satu caranya dengan menggunakan mukena. Sebenarnya mukena adalah istilah pakaian shalat di Indonesia yang biasa digunakan muslimah ketika shalat. Allah berfirman dalam Q.S al-Muddatstsir (74): 4.

GMB adalah sebuah program pembelajaran nilai-nilai islami dalam kehidupan nyata sehari-hari dengan memastikan tersedianya mukena yang bersih di tempat ibadah umum (musholla & masjid). Gita Saraswati mengungkapkan hal yang khas dari GMB, bila ada yang ingin menyumbang dalam jumlah besar, maka ia akan meminta donatur untuk memberikannya secara bertahap, sehingga sumbangan tersebut bersifat terus-menerus.

Relawan GMB pun tidak sebatas perempuan, laki-laki juga dapat ikut berpartisipasi. Kepada relawan sangat ditekankan aspek amanah. Mereka menjadi relawan karena merasa sanggup menjalankannya. Menjadi relawan di GMB tidak memandang usia. Relawannya ada yang masih pelajar hingga berusia 70 tahun. Strategi komunikasi GMB yang

dilakukan di lembaga GMB ini lebih dinamis dan nyata dalam hasilnya. Hal ini tentu tidak terlepas dari para pengurus GMB sendiri yang mengaktifkan kegiatan-kegiatan yang ada di dalamnya. Relawan yang semakin tahun semakin bertambah, bahkan sudah berada di beberapa wilayah di Indonesia merupakan hal yang sangat penting untuk diteliti.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan. Penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tetapi belum ada kerangka teoritis untuk menjelaskannya.⁴

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, yaitu memberi gambaran bahwa peneliti lebih mengutamakan latar alamiah, metodealamiah, dan dilakukan oleh orang yang mempunyai alamiah.⁵ Peneliti ingin mendapatkan data secara alami, tanpa rekayasa atau dataapa adanya sesuai dengan keadaan. Peneliti melakukan wawancara, pengamatan, catatan lapangan, dan penggunaan dokumen. Paradigma yang

³ Ahmad, Hatta. (2015). *Bimbingan Islam Untuk Hidup Muslimah*. Jakarta: Magfirah Pustaka.

⁴ Rahmat, Jalaludin. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

⁵ Moleong, LexiJ. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

digunakan dalam penelitian ini, yakni paradigma *konstruktivisme*. Penelitian kualitatif ini, tidak perlu menguji hipotesis.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi di Sekertariat GMB Pusat bertempat di Jalan Kemang Timur Raya No.38 Bangka, Jakarta dalam waktu enam bulan dan peneliti menemukan strategi yang dilakukan GMB dalam rekrutmen relawan. Selain itu, peneliti akan menggunakan metode wawancara terstruktur, yaitu pertanyaan yang telah dirumuskan sebelum berhadapan dengan informan. Selain itu juga peneliti akan menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur untuk mendapatkan jawaban yang lebih terbuka.

Seluruh temuan harus dilihat kembali keabsahannya, agar hasil penelitian dapat dipertanggung-jawabkan dan dibuktikan. Untuk mengecek keabsahan temuan ini, teknik yang dipakai peneliti adalah triangulasi. Peneliti mencoba untuk membandingkan hasil wawancara pengurus GMB, para relawan, dan donator, serta pengguna mukena, agar dapat dibandingkan apakah sesuai dengan harapan masyarakat, para relawan dan donatur.

C. Hasil dan Pembahasan

Sekilas Tentang Gerakan Mukena Bersih

Gerakan Mukena Bersih atau disingkat dengan GMB didirikan pada tanggal 27 Desember 2007 oleh Ibu Gita Saraswati. GMB pada awalnya berdiri atas keprihatinan dari Ibu Gita Saraswati terhadap kebersihan mukena yang ada di tempat-tempat umum. Berawal dari pengalaman pribadi Ibu Gita saat melaksanakan shalat ashar di salah satu Masjid megah yang terletak di DKI Jakarta, tepatnya di Jakarta Selatan, pada saat beliau selesai shalat dan berdo'a tiba-tiba melihat ingus kering dimukena yang dikenakan. Hal itu yang membuat hatinya tergerak ingin menyediakan mukena yang layak pakai serta bersih.

Beliau mulai mengajak kerabat dan saudara terdekatnya untuk mulai mencari solusi mengenai hal ini. Akhirnya mereka menemukan solusi dengan mendirikan suatu komunitas dengan program pembelajaran nilai-nilai islami melalui penyediaan mukena bersih di tempat-tempat ibadah. Pada awalnya Ibu Gita hanya memberikan paket mukena bersih kepada lingkungan disekitar rumah karena semakin banyak antusias dari masyarakat. Pada akhirnya beliau memutuskan untuk mempunyai tempat khusus atau sekretariat untuk GMB pada tahun 2011. GMB memiliki visi dan

misi sebagai berikut: Visi GMB adalah menjadi program pembelajaran dan pendidikan karakter islami yang bersifat partisipatif dan pembiasaan bagi penerapan nilai-nilai islami di kehidupan nyata sehari-hari. Dengan visi tersebut GMB berharap masyarakat dapat menerapkan nilai-nilai islami pada kehidupan sehari-hari. Ikut berpartisipasi berarti ikut melakukan pemeliharaan mukena yang menjadi salah satu program dari GMB itu sendiri. Sedangkan misinya adalah (1) mengindahkan ajaran agama Islam tentang syarat sahnya shalat, yaitu menggunakan pakaian yang bersih dan suci; (2) meningkatkan kualitas ibadah muslimah di Tanah Air saat berada diluar rumah; dan (3) kebersamaan dalam mensyiarkan penerapan nilai-nilai islami dalam kehidupan nyata sehari-hari melalui ketersediaan mukena yang layak dan bersih di tempat ibadah (masjid/musholla). Dengan visi dan misi yang dimiliki GMB mempunyai beberapa program, diantaranya adalah:

(1) Pengadaan Mukena Bersih

Pengadaan mukena bersih adalah suatu program utama, dimana pengadaan mukena bersifat konvensional dengan penjahit rumah, biasanya mereka memesan kurang lebih 50 mukena. Jika 50 mukena telah tersebar ke beberapa masjid

atau musholla baru pihak GMB akan memesan kembali kepada penjahit. Mukena GMB berwarna pastel, seperti biru muda, merah muda, hijau muda, cream, dan lain-lain. Termasuk di dalamnya terdapat 8 mukena berbahan katun. Satu paket mukena bersih dari GMB berisi empat mukena. Dalam paket mukena ada poster dari GMB yang bisa ditempel pada majalah dinding atau tempat umum. Namun dalam poster tersebut, hanya sedikit penjelasan tentang GMB dan contact person, serta alamat sekretariat dari GMB. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat yang berminat jadi relawan, dapat menghubungi contact person atau bisa langsung datang ke sekretariat.

(2) Pemeliharaan Mukena

Program pemeliharaan mukena adalah suatu program utama, dimana para relawan memelihara mukena pada masjid atau musholla yang mereka pilih. Mereka melakukan aktivitas tukar cuci berkala, yakni setiap minggu mereka diwajibkan untuk mencuci mukena atau minimal seminggu dua kali. Tujuannya agar mukena yang dipelihara tetap terjaga kebersihannya. Selain itu juga agar tidak ada najis atau kotoran yang bisa mengurangi pahala setiap orang yang menggunakan mukena. Hal ini sudah dijelaskan saat akad, dalam akad disebutkan bahwa seorang relawan

pemelihara mempunyai kewajiban dan tanggung jawab kepada Allah SWT, tetap menjaga kebersihan serta kesucian mukena tersebut.

(3) Paket Amanah GMB

Program yang ketiga dari GMB adalah paket mukena yang terdiri dari empat pasang mukena bersih yang diberikan kepada para relawan pemeliharaan untuk dipelihara kebersihan mukenanya sesuai dengan tempat yang dipilih oleh para relawan sendiri.

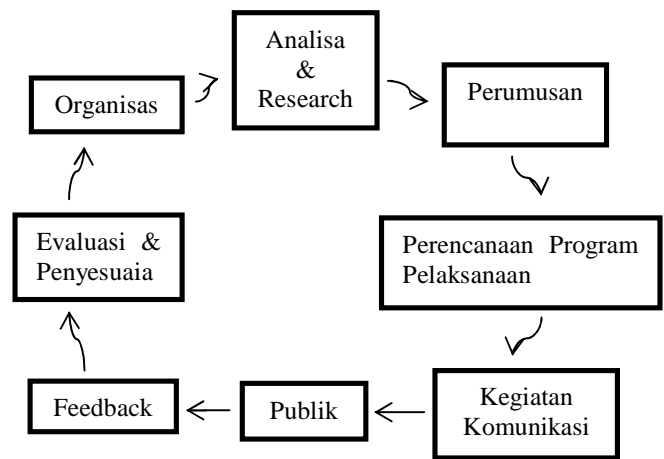
(4) Mukena Ibu dan Anak

Program mukena ibu dan anak disahkan pada bulan November 2016. Program ini cukup bagus dan unik, yakni tentang mukena ibu dan anak. Hal ini dilatarbelakangi oleh permasalahan tidak tersediannya mukena berukuran anak-anak di tempat ibadah. Pada dasarnya program ini sama dengan program mukena bersih untuk dewasa, namun pada mukena ibu dan anak ditambahkan satu paket untuk anak-anak. Konsep mukena dewasa dan anak juga sama disini yang bertanggung jawab untuk tukar cuci berkala adalah para relawan, khususnya para ibu dan anak.

Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly

Model perencanaan komunikasi yang dibuat oleh Philip Lesly (1972). Gambar dimodel perencanaan komunikasi yang

dibuat oleh Philip Lesly terdiri atas dua komponen utama, yakni organisasi yang ingin menggerakkan kegiatan dan publik yang menjadi sasaran kegiatan. Pada komponen Organisasi terdapat empat tahapan, sedangkan dalam komponen publik terdapat dua tahapan.



Gambar 1. Model Perencanaan Komunikasi oleh Philip Lesly

Organisasi pengelola kegiatan, bisa dalam bentuk lembaga pemerintah, perusahaan swasta, atau organisasi sosial. Organisasi seperti ini memerlukan tenaga spesialis yang mampu menangani masalah-masalah komunikasi, apakah untuk keperluan pencitraan, pemasaran, atau kegiatan kerjasama dengan *stakeholder*. Dalam komponen organisasi, maka langkah awal yang harus dilakukan adalah analisis dan riset, perumusan dan kebijaksanaan,

perencanaan program pelaksanaan, serta kegiatan komunikasi.⁶

Publik adalah komponen kedua yang menjadi sasaran kegiatan organisasi. Publik bisa bermacam-macam tergantung tipe kegiatan organisasi. Jika organisasi itu bergerak dalam bidang keagamaan maka publiknya adalah penganut agama tertentu dengan berbagai klasifikasi, contohnya pesantren, alim ulama, pengurus masjid, pengelola zakat, bank syariah, urusan haji. Dalam komponen publik, langkah yang harus dilakukan adalah umpan balik dan evaluasi, serta penyesuaian. Umpan balik dapat diketahui melalui riset dengan cara mengadakan kuesioner, wawancara, atau melalui *focus grup discussion*. Tujuannya untuk mengetahui pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak. Nantinya dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam rangka perbaikan, peningkatan, dan penyesuaian program yang akan dilakukan oleh organisasi.

Temuan dan Analisis Data

Perencanaan Strategi Rekrutmen Relawan GMB Pusat

Tahap perencanaan strategi ini merupakan tahapan yang paling menantang. Tahapan ini diperlukan sebuah

ide atau gagasan dalam proses perencanaan, penentuan sikap, dan pengambilan keputusan.

Untuk mendapatkan atau memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, tentu diperlukan sebuah metode yang tepat bagi organisasi. Strategi itu harus disesuaikan dengan situasi, serta kondisi yang dialami organisasi itu sendiri.

Pada organisasi GMB juga merencanakan strategi rekrutmen relawan. Rekrutmen ini didukung oleh setiap orang yang ada di dalam GMB itu sendiri. Anggota dan relawan juga turut andil dalam proses rekrutmen ini. Dimana mereka ikut memikirkan cara untuk dapat terus melakukan penggalangan mukena bersih di musholla dan masjid seluruh Indonesia.

Pada awalnya GMB mempunyai konsep strategi perencanaan, yaitu *find rising*. Bagaimana kita memilih *audience* yang akan kita *find rising* untuk penggalangan dana atau untuk rekrutmen relawan. Rencana yang dilakukan GMB sebenarnya sangat sederhana, yakni musyawarah mufakat untuk menghasilkan beberapa program atau gagasan baru. Namun, tetap tidak meninggalkan tujuan dari GMB itu berdiri.

Selain itu, semua pengurus atau anggota yang tergabung di GMB itu adalah seorang relawan. Bukan hanya relawan

⁶ Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

pemelihara atau relawan donatur saja, mereka juga relawan yang membantu kesuksesan GMB sesuai kemampuannya mereka punya. Itulah salah satu yang membuat organisasi ini tetap kompak, solid dan hangat hingga sekarang. Selain karena mereka mempunyai kesamaan Visi dan Misi yang sama.

Pada awal berdirinya, relawan dan donator GMB adalah orang-orang terdekat di sekitar lingkungan. Dimulai dari saudara, teman sahabat sendiri. Kemudian bertambah dan berkembang menjadi lingkungan saudara, lingkungan teman, dan lingkungan sahabat. Hal ini yang menjadikan GMB dari hanya satu komunitas kecil menjadi suatu organisasi nirlaba, seperti efek bola salju lama kelamaan menjadi besar.

Target dari GMB adalah tersedianya mukena bersih seluruh masjid atau musholla umum di Indonesia. Sebelum target itu tercapai, tentunya GMB membutuhkan relawan-relawan, baik relawan pemeliharaan atau relawan donatur. Relawan pemeliharaan di GMB adalah relawan yang bertugas memelihara mukena yang berada di masjid atau musholla ditempat umum. Dimana relawan pemelihara ini bertugas untuk mengemban amanah dari GMB, seperti yang tertulis dalam akad pada awal

relawan pemelihara memutuskan untuk menjadi relawan pemelihara di GMB.

Akad adalah sebuah perjanjian atau persyaratan yang dilakukan oleh calon relawan pemelihara. Untuk menjadi relawan pemelihara, akad berisikan surat-surat yang di dalamnya ada penjelasan tentang GMB. Dalam akad juga diberikan surat pengantar untuk masjid atau musholla tempat di mana relawan memberikan mukena. Selain itu yang terpenting dalam akad adalah sebuah surat yang harus ditandatangani oleh para calon relawan pemelihara.

Selain akad calon relawan juga diminta untuk mengisi formulir calon anggota relawan yang berisikan data-data calon relawan. Tidak lupa GMB juga meminta foto copy KTP milik calon relawan pemelihara. Adapun syarat-syarat untuk menjadi seorang relawan di GMB adalah:

1. Niat semata-mata karena Allah SWT, dan bersedia menerima amanah memelihara mukena, tukar cuci secara berkala, serta senantiasa memastikan mukena dalam keadaan layak guna.
2. Mempunyai kesadaran tentang kebersihan, terutama kebersihan mukena di tempat umum.
3. Mengisi formulir, serta data-data calon relawan.

4. Memberikan foto copy KTP.
5. Menyetujui, serta sanggup menjalankan tugas sebagai relawan, seperti yang tertulis dalam akad.
6. Mengetahui di mana mungkena akan diletakan dan dipelihara, nama alamat masjid atau musholla harus jelas.
7. Menjalankan amanah dengan rasa tanggung jawab serta istiqomah.

Pada kenyataannya cukup sulit karena harus memegang amanah, serta tanggung jawab yang tinggi untuk menjadi relawan. Apalagi relawan pemelihara mereka diberikan amanah untuk mencuci mukena secara berkala. Minimal mereka melakukan tukar cuci mukena dua kali seminggu, agar mukena tetap suci dan bersih.

Implementasi Strategi Komunikasi GMB dalam Rekrutmen Relawan

Implamentasi strategi atau disebut juga pelaksanaan strategi. Implementasi berarti memobilisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi suatu tindakan. Kegiatan yang termasuk dalam implementasi strategi adalah pengembangan budaya yang mendukung strategi. Selain itu implementasi strategi, adalah dimana tahapan pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan. Pelaksanaan tersebut berupa

penerapan atau aksi strategi.⁷Oleh karena itu, proses implementasi strategi adalah proses yang paling penting dalam strategi rekrutmen relawan GMB.

Pada implementasi strategi membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi. Dimana pada proses ini, perlu menciptakan struktur yang efektif, mengubah arah, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi yang masuk. Oleh karena itu, untuk tercapainya kesuksesan strategi, maka dibutuhkan kedisiplinan, motivasi, dan kerja keras. Implementasi bertumpu pada alokasi Sumber Daya Manusia (SDM) yang ditetapkan melalui penetapan struktur organisasi, dan budaya kerja organisasi.

(1) Publikasi

Pelaksanaan rekrutmen relawan yang dilakukan GMB adalah dengan berbagai cara. Mereka melakukan publikasi lewat media massa, yakni media cetak dan media elektronik. Pada media cetak mereka memuat berita atau artikel, serta profil GMB, agar masyarakat mengetahui GMB dalam merekrut relawannya.

Bukan hanya acara talkshow, bahkan GMB beberapa kali masuk berita di berbagai

⁷ David, Fred R. (2002). *Manajemen Strategi dan Konsep*. Jakarta: Prenhalindo.

stasiun televisi, seperti NET TV, RCTI, SCTV, TRANS 7, dan masih banyak yang lainnya. Pada acara berita GMB, menjelaskan tentang informasi dan profil GMB secara singkat dan padat dengan video-video pendukung. Hal ini, sebagai pemanfaatan media yang dilakukan oleh GMB untuk publikasi kepada masyarakat. Selain dari media, GMB juga melakukan berbagai strategi yang lain untuk merekrut relawan GMB.

GMB juga melakukan publikasi melalui media internet, dengan membuat akun media sosial, seperti facebook, instagram, dan twitter. Tujuannya agar memudahkan masyarakat untuk mencari informasi tentang GMB. Selain media sosial, GMB juga mempunyai blog dan website resmi yang dapat diakses setiap orang, setiap waktu di seluruh dunia, khususnya Indonesia. Hal ini yang menjadikan GMB tersebar di 76 kota di seluruh Indonesia.

(2) Bidang Event-event

Strategi yang dilakukan GMB terbilang cukup unik karena mengadakan event-event atau acara di beragam tempat. GMB melakukan event di area-area yang mencakup semua kalangan. Mereka melakukan kerjasama dengan pengurus pasar, untuk melakukan event dipasar.

Sekaligus memberikan informasi dan sosialisasi kegiatan GMB kepada para pengunjung pasar.

Kegiatan atau program acara yang diadakan GMB, tentunya melibatkan para relawan pada acara-acara besar yang rutin GMB lakukan untuk mempererat tali silaturahmi antarrelawan. Contohnya pada tahun baru Islam GMB mengadakan serangkaian acara dengan tema acara yang menarik, yang berbeda di setiap acaranya.

Acara yang dilakukan GMB pada tahun baru Islam berbeda dari acara-acara yang biasa diadakan organisasi-organisasi nirlaba yang lain. Acara GMB antara lain acara tutorial hijab, fashion show, quis, tanya jawab. GMB juga mengundang pakar-pakar dari bidangnya sesuai dengan tema acara yang sedang berlangsung. Acara inti dari GMB sebenarnya adalah memberikan informasi tentang GMB kepada masyarakat yang turut hadir dalam acara tersebut. Untuk menarik perhatian masyarakat, pada setiap acara yang diadakan GMB terdapat bazar. Hal ini tentunya mengundang masyarakat untuk datang ke acara tersebut.

(3) Penjualan Merchandise GMB

GMB juga melakukan inovasi dengan cara menjual *merchandise* pada setiap acara-acara yang mereka buat. Terdapat beragam merchandise antara lain brosur, buku note,

kaos, pulpen, dan lain-lain. Hasil dari penjualan tersebut, nantinya akan digunakan untuk membuat mukena yang dijahit sendiri oleh penjahit khusus mukena GMB. Termasuk menentukan pemilihan bahan mukena yang terbuat dari katun halus, agar awet dan nyaman saat digunakan. Tentu saja untuk membuat mukena seperti itu, membutuhkan dana yang tidak sedikit. Satu paket mukena GMB terdiri dari empat mukena dan harga satu paket mukena untuk GMB kurang lebih Rp700.000 per paket.

(4) Melakukan Pertemuan Kerjasama dengan Beberapa Lembaga Untuk Bekerjasama.

Organisasi nirlaba juga melakukan kerjasama dengan berbagai lembaga dan perusahaan-perusahaan besar. Namun hal yang patut dicontoh dari GMB adalah masih mempertahankan komitmen yang dibangun sejak pertama kali GMB berdiri, yakni tidak ingin menaruh iklan atau logo apapun di paket mukena. Meskipun banyak perusahaan-perusahaan besar yang ingin memberikan sumbangan dengan syarat menaruh logo mereka di belakang paket mukena. Hal ini tidak menghilangkan komitmen dari GMB. Organisasi hanya bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan yang mau mengikuti komitmen mereka. Jika mereka memang menginginkan logo di taruh

pada paket mukena, bolehasalkan hanya dipakai untuk lingkungan sekitar perusahaan, bukan paket yang biasa diberikan kepada relawan-relawan. Seperti perusahaan Unilever bekerjasama dengan GMB untuk membuat ratusan paket mukena yang akan digunakan di lingkungan mereka. Namun mereka juga harus menyumbangkan sejumlah paket mukena tanpa logo untuk relawan bagi-bagikan kepada masyarakat. Dalam pelaksanaan organisasi GMB, melakukan berbagai pelaksanaan strategi untuk rekrutmen atau menambah relawan.

Evaluasi Strategi Komunikasi Rekrutmen Relawan GMB

Tahap akhir dalam strategi adalah mengevaluasi strategi yang telah dirumuskan.⁸ Evaluasi menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya maksudnya adalah tahap ini bisa terlihat bagaimana strategi yang dijalankan atau yang dilaksanakan telah benar atau masih ada perbaikan. Organisasi memiliki perencanaan yang baik dalam melaksanakan setiap kegiatan atau acaranya. Hal ini terlihat dari struktur organisasinya, relawan dan donatur selalu mendukung dan siap membantu GMB dalam memberikan inovasi dalam setiap kegiatan. Setiap akhir kegiatan mereka melakukan evaluasi kekurangan, dan

⁸ Kardiman. (2019). *Wawancara*.

kelebihan dari acara untuk perbaikan kedepannya. Selanjutnya merencanakan inovasi terbaru yang akan digunakan untuk strategi berikutnya untuk merekrut relawan, serta donatur.

Selain itu mereka juga melakukan resolusi-resolusi baru yang dapat menambah minat masyarakat, seperti fashion show yang menarik.

GMB mempunyai ciri khas yang unik dan berbeda dengan rekrutmen pada organisasi lainnya. Salah satunya membuka rekrutmen relawan di setiap event-event yang mereka adakan. Di samping itu juga membuka rekrutmen di semua media massa, baik media cetak, media elektronik, dan media sosial yang mereka kelola sendiri seperti lewat facebook, twitter, instagram, blog serta website. Mereka juga melakukan rekrutmen dan semua data-data relawan bisa dikirim melalui email lalu paket mukena dikirim melalui PT Pos Indonesia. Itulah yang membuat organisasi nirlaba ini berkembang cukup pesat di Indonesia.

Pada tahap akhir rekrutmen yang dilakukan GMB, dibagilah beberapa relawan serta donatur dari GMB sebagai berikut:

1. Relawan Pemelihara Mukena

Relawan yang pertama adalah relawan pemelihara mukena, dimana relawan ini adalah relawan utama dari GMB. Relawan

pemelihara mukena adalah relawanyang memelihara mukena untuk mereka berikan kepada masjid atau musholla yang mereka pilih. Mereka melakukan aktifitas tukar cuci berkala, yakni setiap minggu wajib mencuci minimal seminggu dua kali, agar mukena tetap terjaga kebersihannya. Tentu agar tidak ada najis atau kotoran yang bisa mengurangi pahala setiap orang yang menggunakan mukena dari GMB. Hal ini sudah dijelaskan saat akad akad disebutkan bahwa seorang relawan pemelihara mempunyai tanggung jawab kepada Allah SWT melalui pemeliharaan mukena, agar tetap terjaga kebersihan serta kesuciannya.

2. Relawan Donatur Tetap

Relawan yang kedua adalah relawan donatur tetap, dimana relawan ini memberikan shadaqah lewat program donatur tetap GMB. Mereka disebut relawan donatur tetap karena setiap bulan menyisihkan rezeki yang diperoleh untuk pengadaan mukena yang akan diberikan relawan kepada pemelihara secara terus-menerus. Jumlah yang mereka berikan juga bervariasi, GMB tidak memaksa para relawan donatur tetap soal nominalnya.

3. Relawan Donatur Tidak Tetap

Relawan yang ketiga adalah relawan donatur tidak tetap, dimana mereka tidak dituntut menyisihkan rezekinya setiap bulan,

tetapi di saat-saat tertentu saja. Relawan donatur tidak tetap ini sering muncul di saat mengadakan event-event.

Penerapan Teori Model Perencanaan Komunikasi Philips Lesly dalam Strategi Komunikasi Rekrutmen Relawan

Model perencanaan komunikasi Philip Lesly adalah perencanaan komunikasi yang dibuat oleh Philip Lesly (1972) terdiri atas dua komponen utama, yakni organisasi yang ingin menggerakkan kegiatan dan publik menjadi sasaran kegiatan. Pada komponen organisasi terdapat empat tahapan, sedangkan dalam komponen publik terdapat dua tahapan, pada tahapan-tahapan ini akan dijelaskan konteks dan tahapan-tahapan pada strategi komunikasi GMB dalam rekrutmen relawan.

Berdasarkan teori Philips Lesly, yakni GMB melalui empat tahapan utama menjadi kunci dari organisasi ini tetap berdiri hingga sekarang. Menjadikan organisasi ini tetap kompak dan solid, sehingga organisasi nirlaba GMB tersebar di seluruh Indonesia. Tahapan dalam komponen organisasi antara lain:

1. Analisa dan Riset

Dalam mendirikan sebuah organisasi nirlaba GMB, pastinya memerlukan analisis dan riset sebagai suatu landasan terpenting

dalam berdirinya suatu organisasi. Analisis dan riset dilakukan sebagai langkah awal untuk mendiagnosis atau mengetahui permasalahan yang dihadapi. Sesudah itu perumusan kebijakan yang mencakup strategi yang digunakan dan analisis yang dilakukan organisasi adalah tidak tersedianya mukena bersih dan suci di tempat ibadah umum. Hal ini mengakibatkan ibadah shalat kita menjadi kurang khusuk. Dalam riset yang dilakukan oleh GMB 70% adalah perempuan, khususnya DKI Jakarta yang beraktifitas di luar rumah. Namun kebanyakan mukena pada tempat umum cenderung lebih cepat kotor karena intensitas pemakaian yang sering. Hal ini yang membuat GMB ini tergerak untuk mendirikan sebuah organisasi nirlaba berbasis relawan.

2. Perumusan Kebijakan

Setelah dilakukan riset untuk mendirikan suatu organisasi, barulah dirumuskan kebijakan. Pada tahap perencanaan pelaksanaan sudah ditetapkan sumber dayayang ada, antara lain tenaga, dana, dan fasilitas. Perumusan kebijakan yang dilakukan oleh GMB adalah berbasis al-Qur'an dan hadist sebagai pedoman serta tuntunan untuk merumuskan suatu kebijakan di dalam organisasi GMB. Oleh karena itu, dibutuhkan tenaga yang akan digerakan, dan

pada tahap ini juga dibutuhkan dana pembuatan mukena, serta fasilitas sekretariat pusat yang berada di Jakarta.

3. Perencanaan Program Pelaksana

GMB mempunyai beberapa program, yang pertama program pemeliharaan mukena, bertugas untuk tukar cuci berkala mukena minimal seminggu dua kali. Program yang kedua adalah relawan donatur, pada relawan donatur dibagi menjadi dua bagian yang pertama relawan donatur tetap dan relawan donatur tidak tetap. Relawan ini berbeda dengan relawan pemeliharaan, relawan ini adalah relawan yang bersedia memberikan sebagian rezekinya untuk pengadaan mukena.

4. Kegiatan Komunikasi

GMB mempunyai berbagai macam kegiatan komunikasi, diantaranya pengajian ibu-ibu, event-event di mall, di masjid. Selain itu mereka juga melakukan kerjasama dengan pengurus pasar untuk melakukan event dipasar. Ditambah lagi banyak kegiatan komunikasi, seperti wawancara di televisi, radio, koran, majalah, menghadiri acara-acara talk show dan lain-lain.

Sedangkan dalam komponen publik, langkah yang harus dilakukan adalah umpan balik dan evaluasi, serta penyesuaian.

1. Umpan Balik

Umpan balik di sini adalah di mana GMB menjadi suatu organisasi nirlaba yang mempunyai tempat di hati masyarakat. Pada akhirnya dapat diketahui umpan balik melalui riset dengan cara mengedarkan kuesioner, wawancara, atau melalui focus group discussion. Hal ini menjadi tolak ukur untuk evaluasi dan introspeksi yang bertujuan untuk mengetahui beragam pendapat, ide, keluhan, saran, dari khlayak. Contohnya dari beberapa saran dari masyarakat karena sulitnya menemukan mukena bersih di tempat umum untuk anak-anak, maka GMB meluncurkan suatu program baru yakni Mukena Ibu dan Anak.

2. Evaluasi

GMB memiliki sebuah benteng yang sangat kuat untuk sebuah organisasi, yaitu sistem perencanaan yang sangat baik dan bagus dalam melaksanakan setiap kegiatan atau acaranya. Hal ini terlihat dari struktur organisasi, relawan dan donator selalu mendukung berbagai kegiatan yang mereka adakan dan selalu siap membantu mengembangkan inovasi dalam setiap kegiatan. Setiap akhir kegiatan mereka melakukan evaluasi untuk kedepannya, agar lebih baik dan untuk merencanakan inovasi terbaru yang akan digunakan untuk strategi berikutnya.

D. Kesimpulan / Penutup

Dalam merekrut relawan GMB yang berkualitas, memiliki skill atau kemampuan yang baik, diperlukan strategi yang tepat untuk organisasi. Strategi yang digunakan GMB harus disesuaikan dengan kondisi dan situasi yang dialami sendiri. GMB merencanakan strategi rekrut menyang dirancang secara khusus dan di dukung oleh setiap orang, anggota dan relawan juga turut andil dalam proses ini. Dimana mereka selalu memikirkan untuk terus-menerus menjalankan kegiatan penggalangan mukena bersih di setiap tempat ibadah umum seluruh Indonesia. Oleh karena itu, GMB membuat beberapa persyaratan untuk menjadi relawan dan donatur GMB.

Implementasi yang digunakan GMB, bervariasi dan terdiri dari berbagai macam bidang dan divisi yang mempunyai fungsi sangat penting. Pelaksanaan rekrutmen relawan dilakukan dengan berbagai cara, mereka melakukan publikasi lewat media massa, yakni media cetak dan media elektronik. Selain itu mereka juga melakukan event-event di berbagai macam tempat untuk menarik minat para relawan dan donatur. Relawan adalah seperti tiang dalam rumah untuk GMB. Jika tidak ada relawan, maka GMB tidak akan ada seperti sekarang ini. Dengan ketulusan dan keikhlasan para

relawan dan donatur, maka organisasi nirlaba GMB bisa berdiri tegak seperti sekarang.

GMB memiliki perencanaan yang baik dalam melaksanakan setiap kegiatan atau acaranya. Hal ini terlihat dari struktur organisasi, relawan dan donatur yang selalu mendukung dan siap membantu mengembangkan organisasi dalam memberikan inovasi dalam setiap kegiatan. Silaturahmi tetap terjaga, meski dibatasi oleh jarak dan waktu. Namun tidak menjadi penghalang bagi para relawan dan donatur satu sama lain untuk saling bersilaturahmi.

E. Daftar Pustaka

- Ahmad, Hatta. (2015). *Bimbingan Islam Untuk Hidup Muslimah*. Jakarta: Magfirah Pustaka.
- David, Fred R. (2002). *Manajemen Strategi dan Konsep*. Jakarta: Prenhalindo.
- Effendy. Onong Uchjana. (1996). *Kepemimpinan dan Komunikasi*. Yogyakarta: PT. Al-Amin Press.
- Hamidi. (2010). *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*. Malang: UMM Press.
- Moleong, LexiJ. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rahmat, Jalaludin. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya