
KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH: Studi Club Motor Bikers Subuhan Lampung Melawan Stigma Negatif Geng Motor

M. Ibnu Naufal Maskuri
m.ibnunaufal@gmail.com
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Fitri Yanti
fitriyanti@radenintan.ac.id
UIN Raden Intan Lampung

Abstract

Lampung province is notorious for the rampant criminality of begal and the anarchy of a number of motorcycle gangs that disturb the community. The emergence of motorcycle clubs is a frightening specter for the people of Lampung. The Bikers Subuhan Lampung Motorcycle Club is present to erase this bad stigma. Its movement in da'wah activities is interesting to study. The purpose of this article is to analyze the role of artifactual communication as a means of dakwah for the Subuhan Lampung Bikers Motorcycle Club. This research uses a qualitative approach, collecting data through interview techniques, observation, and documentation. Then the data that has been collected is analyzed using the principles of qualitative data analysis (Miles and Huberman). Artifactual communication as a medium of da'wah for Subuhan Lampung Bikers Motor Club becomes its own medium for inviting audiences to join and carry out their da'wah activities.

Keywords: Artifactual Communication; Da'wah Media; Motor Club.



Abstrak

Provinsi Lampung terkenal dengan maraknya kejahatan kriminal begal dan anarkisnya sejumlah anggota club motor yang membuat masyarakat terganggu. Munculnya club motor menjadi momok menakutkan bagi masyarakat Lampung. Club Motor Bikers Subuhan Lampung hadir untuk menghapus stigma buruk tersebut. Pergerakannya pada aktivitas dakwah menarik untuk diteliti. Tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis peran komunikasi artifaktual sebagai media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pengumpulan data melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan prinsip analisis data kualitatif Miles dan Huberman. Komunikasi artifaktual sebagai media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung menjadi media tersendiri dalam mengajak khalayak untuk bergabung dan melakukan aktivitas dakwah mereka.

Kata kunci: Komunikasi artifaktual; Media dakwah; Club motor.

I. PENDAHULUAN

Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan komunikasi artifaktual sebagai media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung. Belakangan ini media dakwah yang biasa digunakan oleh para da'i telah mengalami perubahan yang cukup signifikan. Para pelaku dakwah pada zaman millineal berbondong-bondong menyampaikan pesan dakwah menggunakan komunikasi artifaktual sebagai media dakwah mereka. Komunikasi artifaktual yang mereka gunakan sebagai media dakwah ditunjukkan dari keterlibatan mereka dalam satu komunitas, salah satunya adalah komunitas Bikers Subuhan Lampung.

Bikers Subuhan Lampung merupakan salah satu klub motor yang berada di Provinsi Lampung. Klub ini dibentuk atas dasar kesenangan bersama mengendarai sepeda motor hingga nongkrong sampai larut subuh. Sangat disayangkan, club motor memiliki citra yang negatif dimata masyarakat akibat ulah beberapa anggota club motor yang sering membuat keonaran dan mengganggu masyarakat sekitar. Bahkan hal yang menyedihkan adalah, maraknya club motor identik dengan penjambretan, perusakan fasilitas umum, memblokade trotoar jalanan, balapan liar, dan aksi ugal-ugalan yang membuat masyarakat sekitar khawatir. Banyaknya fenomena anarkis menyebabkan citra dari club motor menjadi sangat buruk, menjadikan Lampung sebagai provinsi yang identik dengan

kejahatan kelompok kriminal begal. Bukan hanya masyarakat saja yang merasakan ulah kriminal club motor tetapi pihak kepolisianpun menjadi target penyerangan mereka juga. Seperti halnya yang terjadi pada 22 juni 2023, anggota polda lampung mendapat serangan dari anggota club motor bersenjata tajam (Saputra, 2023).

Untuk meminimalisir hal tersebut, Bikers Subuhan Lampung hadir dengan berbagai macam aktivitas dakwah yang dibarengi dengan hobi mengendarai sepeda motor. Agar semangat juang sebagai *bikers* dakwah bertambah, Club Motor Bikers Subuhan Lampung menggunakan komunikasi artifaktual untuk memperkenalkan identitas dan juga aktivitas dakwah mereka.

Untuk itu, penulis melakukan telaah tinjauan pustaka pada beberapa hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Pertama, penelitian Riska Fauziah (Fauziah, 2019) dengan judul *Efektivitas Dakwah pada Komunitas (Studi Kasus pada Komunitas Anak Motor Bikers Subuhan Banten)*, penelitian mendapati bahwa bikers subuhan banten menggunakan 2 bentuk aktivitas dakwah yaitu dakwah *bil hal* dan dakwah *bil lisan*. Terbentuknya Bikers Subuhan Banten ini mampu menarik banyak massa untuk terlibat pada proses pelaksanaan dakwah yang diadakan Bikers Subuhan. Berjalannya kegiatan dakwah tersebut mampu memberikan wawasan mengenai ilmu agama dan mampu secara perlahan mengubah sikap dari masing-masing individu menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Berikutnya, penelitian Dhiya dan Abdulloh (Mujaahidah & Hadziq, n.d.) berjudul *Bikers Subuhan Karanganyar: Dakwah Komunitas Dalam Kegiatan Keagamaan*, yang dijelaskan bahwa komunitas Bikers Subuhan Karanganyar dapat dijadikan sebagai *role model* untuk komunitas-komunitas lainnya dalam menginisiasi pemberdayaan masyarakat. Kegiatan keagamaan Bikers Subuhan Karanganyar meliputi Subuh Berjamaah, Birmizon (*Belajar Iqro Minggu Zonten*), Sinabung Kopi (*Sinau Ngaji Bareng Jumat Bengi Karo Ngopi*), Siniramal (*Sinau Iqro Rabu Malam*), dan Masbro (*Maos Quran Sesarengan Malem Rebo*). Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan di musala/masjid dan rumah anggota yang berada di wilayah Karanganyar.

Terakhir, penelitian Feronika (2022) berjudul *Strategi Komunikasi Dakwah Da'I Dalam Membina Akhlak Komunitas Bikers Subuhan Bandar Lampung*. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 3 rangkaian strategi untuk membina akhlak anggota Bikers Subuhan Lampung yaitu melalui penentuan jadwal, menentukan beberapa materi yang

akan disampaikan dan pelaksanaan kegiatan religius. Sedangkan bentuk komunikasi yang digunakan adalah komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal dalam bentuk komunikasi kelompok dan komunikasi antar pribadi, sedangkan komunikasi nonverbal sebagai pelengkap berupa menggunakan simbol-simbol, ekspresi wajah, bahasa tubuh, isyarat dan lain sebagainya yang tidak terucap.

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian berangkat lebih lanjut dengan bahasan mengenai komunikasi artifaktual sebagai media dakwah club motor Bikers Subuhan Lampung. Penelitian ini mengeksplorasi sejauh mana peran komunikasi artifaktual yang digunakan anggota Bikers Subuhan Lampung dalam dakwah mereka.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dengan penelitian lapangan (*field research*). Untuk pengumpulan data peneliti melakukan wawancara mendalam, observasi dan juga dokumentasi.

Partisipan dalam penelitian ini mengambil sebanyak 6 orang, 2 di antaranya adalah pendiri atau yang menginisiasi terbentuknya Club Motor Bikers Subuhan Lampung (*Awalun*), seorang pengurus tetap yang memegang kendali kegiatan dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung, dan para anggota aktif Club Motor Bikers Subuhan Lampung.

Selanjutnya, data akan dianalisis menggunakan mode analisis Miles and Huberman. Mode analisis ini mampu mengolah data sedemikian rupa sehingga mendapatkan jawaban dari permasalahan-permasalahan yang diteliti (Haryono, 2020). Model analisis Miles and Huberman terdiri dari beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data yang dilakukan oleh peneliti yaitu peneliti mendata bentuk komunikasi artifaktual apa saja yang digunakan anggota club motor bikers subuhan lampung pada aktivitas dakwah mereka, setelah reduksi data peneliti mengkategorikan data untuk disajikan dalam bentuk naratif, dan pada tahap akhir ditarik sebuah kesimpulan atau verifikasi.

III. PEMBAHASAN

Komunikasi Artifaktual

Komunikasi artifaktual merupakan komunikasi non-verbal yang berupa penampilan dari seseorang yang dibentuk untuk menyampaikan pesan, bisa pesan yang baik maupun sebaliknya. Pada umumnya komunikasi artifaktual digunakan pada saat tertentu saja, seperti penggunaan pakaian, kosmetik, jam tangan dan lain sebagainya yang berupaya untuk memperindah diri seseorang (Majidah, 2022). Segala sesuatu yang sengaja digunakan oleh seseorang dalam bentuk meperhias penampilan masuk kedalam definisi komunikasi artifaktual (Istiyanto, 2010).

Penggunaan komunikasi artifaktual dilakukan manusia agar tujuan dari komunikasi berjalan sesuai dengan yang diharapkan dan efektif (Desideria, 2018). Hal yang demikian dikarenakan orang lain akan membuat kesimpulan mengenai siapa diri kita melalui apa yang kita pakai. Pakaian yang kita gunakan dapat memungkinkan komunikasi nonverbal. Dengan demikian, komunikasi artifaktual juga dapat digunakan sebagai *system* tanda yang dapat mengirimkan pesan tentang sikap, status sosial, kepercayaan politik, dan agama seseorang (Ibrahim & Akhmad, 2014).

Pakaian Sebagai Media Komunikasi Artifaktual

Dalam kasus ini, media komunikasi artifaktualnya adalah pakaian. Dillistone mengatakan bahwa pakaian dapat menyampaikan pesan, dan pesan yang disampaikan melalui pakaian dapat dilihat sebelum kata-kata terdengar (Dillistone, 2002). Pesan yang disampaikan melalui komunikasi artifaktual bergantung pada sejumlah variable yang ada, seperti halnya latar belakang budaya, pengalaman, adat istiadat, dan lain sebagainya yang memiliki representasi dari dimana ia hadir. Nordholt mengatakan bahwa komunikasi artifaktual merupakan kulit sosial dan budaya kita, karena ia mengkomunikasikan budaya kita, sekaligus ia juga bisa menunjukkan identitas nasional dan kultural kita (Nordholt, 1997).

Pakaian sebagai komunikasi artifaktual yang digunakan seseorang akan menyampaikan penanda sosial (*social signals*) tentang si pemakainya. Perkembangan pakaian sebagai komunikasi artifaktual juga dipengaruhi oleh beberapa unsur yaitu nilai-nilai agama, tuntutan lingkungan, nilai kenyamanan, kebiasaan dan tujuan pencitraan.

Bentuk Komunikasi Artifaktual Mempengaruhi Kepribadian

Ada 4 faktor utama hubungan antara komunikasi artifaktual dengan kepribadian menurut Lawrence B. Rosenfeld dan Timothy G. Plax (Irawan, 2021) yaitu: *Design*; individu yang lebih suka memperhatikan desain baju dengan aktif mencoba beberapa pakaian. *Practicality*, ketertarikan individu yang lebih suka menggabungkan jenis pakaian secara praktis. *Clothing Consiousness*, berdasarkan persetujuan dari individu tersebut sehingga ia merasa cocok dengan apa yang ia pakai. *Exhibition*, adanya timbul hasrat berlebihan untuk menggunakan pakaian tertentu dan menunjukkannya.

Komunikasi artifaktual dapat mencerminkan atau mempengaruhi kepribadian seseorang yang memakainya, serta menunjukkan apakah ia konservatif, religius, veteran, modern maupun berjiwa muda. Rakhmat mengatakan bahwa komunikasi artifaktual yang dipergunakan oleh seseorang akan menyampaikan identitas si pemakainya. Dengan menggunakan komunikasi artifaktual sebagai bentuk penyampaian identitas berarti seseorang menunjukan kepada orang lain bagaimana perilakunya dan bagaimana ia ingin orang lain memperlakukannya (Tyas, 2021).

Kategori Komunikasi Artifaktual

Reed membagi 4 kategori komunikasi artifaktual untuk mencerminkan sikap, karakteristik, kepribadian atau identitas seseorang (Sihabudin, 2022), di antaranya: *Low Fashion*; Pada kategori ini, sekelompok orang menggunakan komunikasi artifaktual dengan tujuan agar dirinya dianggap menarik oleh masyarakat sekitar, biasanya para pengguna komunikasi artifaktual kategori *Low Fashion* memiliki sikap moderat. *High Fashion*. Pada kategori ini, di dalamnya individu atau sejumlah kelompok memiliki minat berlebihan terhadap komunikasi artifaktual, sehingga rela mengeluarkan dana besar untuk kepentingan komunikasi artifaktual. Mereka yang masuk kedalam kategori *High Fashion* biasanya tidak terlalu suka dengan kegiatan religius, cenderung menganut filosofi *New Left*, sering tidak sependapat terhadap masalah sosial tetapi mereka gemar terlibat dengan program kemanusiaan.

Counter Fashion; berbeda dengan *High Fashion* dan *Low Fashion*, kategori *Counter Fashion* berisi seseorang atau bahkan sekelompok orang yang sama sekali tidak memiliki ketertarikan terhadap komunikasi artifaktual. Mereka dipandang sebagai individu/kelompok yang memiliki sikap individualistik, lembut, sabar, dan liberal.

Komunikasi Artifaktual Sebagai Dimensi Informatif

Kefgen dan Specht mengatakan bahwa pakaian sebagai media komunikasi artifaktual menghasilkan tiga dimensi informasi (Kefgen & Touchie-Specht, 1976) yaitu: Emosi; Pakaian sebagai media komunikasi artifaktual dapat melambangkan dan mengkomunikasikan informasi mengenai emosi komunikator. Hal ini dipertegas oleh dengan adanya istilah-istilah *Glad Rags* (pakaian ceria), *Widow's Weed* (pakaian berkabung), dan *Sunday Clothes* (pakaian santai). Dilihat lebih luas, pakaian sebagai media komunikasi artifaktual juga bisa dipakai untuk membangkitkan emosi, sehingga komunikasi artifaktual yang digunakan seseorang merefleksikan, meneguhkan, atau bahkan menyembunyikan atau membangun suasana hati seseorang (Barnard, 2011). Pakaian yang digunakan seseorang sebagai media komunikasi artifaktual dapat berpengaruh terhadap tingkah laku pemakainya dan juga tingkah laku seseorang yang menanggapinya. Komunikasi artifaktual sebagai tingkah laku informatif menjadi penanda peran yang dimiliki seseorang yang mensyaratkan perilaku tertentu. Dimensi lain yang dihasilkan oleh komunikasi artifaktual adalah differensiasi atau pembeda. Kita dapat melihat seseorang dari kelompok berbeda dengan seorang dari kelompok lainnya dengan cara melihat komunikasi artifaktual yang mereka gunakan. Komunikasi artifaktual yang digunakan individu merupakan bentuk pembeda dirinya dengan individu lainnya dan menunjukkan keunikannya (Utari, 2016).

Dakwah dan Media Dakwah

Menurut Syekh Ali Mahfud dakwah adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan secara sadar untuk memotivasi manusia agar melakukan kebaikan sesuai petunjuk yang dianjurkan sehingga dapat menjaui segala larangannya, agar mereka mendapatkan kebahagiaan yang sesungguhnya didunia maupun diakhirat (AMIN, 2021). Media dakwah adalah alat atau perantara untuk menyampaikan pesan dakwah (Purnamasari & Thoriq, 2021). Semakin berkembangnya zaman semakin berkembang pula media dakwah yang dapat digunakan oleh para pelaku dakwah. Banyak media dakwah yang dapat digunakan para pelaku dakwah yang dapat mempermudah keberhasilan seseorang dalam menyampaikan dakwahnya. Selagi alat tersebut digunakan untuk berdakwah, maka alat tersebut menjadi bagian dari media dakwah.

Aktivitas Dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung

Club Motor Bikers Subuhan Lampung memiliki program aktivitas dakwah yang mereka lakukan sesuai jadwal yang telah ditetapkan, aktivitas dakwah tersebut antara lain sebagai berikut:

Mengajak Shalat subuh berjamaah di Masjid yang telah dijadwalkan

Shalat subuh berjamaah di masjid menjadi kegiatan paling utama Club Motor Bikers Subuhan Lampung, pasalnya yang paling membedakan Club Motor Bikers Subuhan Lampung dengan club motor lainnya terletak pada kegiatan mengajak shalat subuh berjamaah.

Ceramah Subuh/Kuliah Subuh

Agenda kuliah subuh merupakan agenda lanjutan dari shalat subuh berjamaah di masjid yang sama, anggota *bikers* sering menyebutnya dengan istilah *upgrade* ilmu. Dai yang menjadi penceramah pada kuliah subuh biasanya disediakan oleh pengurus masjid dan juga dari pihak club motor bikers subuhan.

Safaride

Tidak afdol rasanya jika club motor tidak memiliki kegiatan untuk berkendara bersama-sama. Maka bikers subuhan memiliki kegiatan *safaride*. Anggota bikers subuhan menyebut *safaride* sebagai komfuy bersama dengan tujuan titik lokasi tertentu sekaligus mengunjungi masjid-masjid setempat. Melalui *safaride* seluruh anggota belajar bersama mengenai etika berkendara, mematuhi tata tertib lalu lintas dan yang tidak kalah penting menjaga kenyamanan pengguna jalan lainnya.

Cowok Panggilan

Cowok panggilan merupakan kegiatan bersih-bersih masjid yang dilakukan anggota bikers subuhan tanpa adanya bayaran sepeserpun, dengan tujuan agar nantinya masjid yang menjadi target operasi menjadi lebih bersih dan nyaman. Sehingga, masyarakat setempat tertarik untuk lebih rajin beribadah dan juga meramaikan masjid untuk dijadikan kegiatan keagamaan.

Bikers Mengaji

Bikers mengaji merupakan kegiatan pelengkap bagi setiap anggota bikers subuhan lampung, terdapat dua program kajian yaitu Fiqih Tematik dan Tahsin Al-quran yang dilaksanakan setiap hari rabu dimulai setelah shalat magrip sampai sebelum isya.

Komunikasi Artifaktual Sebagai Media Dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung.

Komunikasi artifaktual yang dipakai oleh seseorang sangat penting untuk keberlangsungan komunikasi, karena dari komunikasi artifaktual yang mereka gunakan akan menggambarkan orang yang memakainya. Seperti halnya yang dilakukan oleh Club Motor Bikers Subuhan Lampung. Titik fokus pada penelitian untuk memahami bentuk komunikasi artifaktual yang digunakan oleh club motor bikers subuhan lampung dalam menjalankan aktivitas dakwahnya dan juga sebagai bentuk identitas dari club motor tersebut. Karena eksistensi artifaktual yang mereka gunakan menjadi sorotan tersendiri bagi publik yang melihatnya.

Bentuk komunikasi artifaktual sebagai media dakwah yang sering digunakan oleh pendiri club motor bikers subuhan lampung (awalun) maupun ketua (anggota club motor bikers subuhan lampung) adalah bentuk komunikasi artifaktual *Practicality, Design, Exhibition, Clothing Consiousness*. Keempat bentuk komunikasi artifaktual tersebut sering digunakan oleh Club Motor Bikers Subuhan Lampung sebagai media dakwah mereka.

Practicality

Practicality adalah ketertarikan individu untuk menggabungkan beberapa jenis pakaian. Komunikasi artifaktual berbentuk *practicality* sering digunakan anggota club motor bikers subuhan lampung dalam keberlangsungan dakwah mereka, terkadang bukan hanya digunakan pada agenda dakwah bikers subuhan tetapi juga sering digunakan oleh beberapa anggota untuk pakaian sehari hari ketika berkendara.

Dapat dilihat foto di bawah ini, anggota club motor bikers subuhan lampung menggunakan berbagai macam komunikasi artifaktual berupa baju muslim berwarna putih, peci berwarna abu-abu-putih-hitam, rompi club motor bikers subuhan lampung, hingga variasi celana dan sarung yang mereka gunakan. Penggunaan komunikasi artifaktual harus sesuai dengan lokasi yang akan dituju, siapakah yang akan ditemuinya,

dan pemilihan artifaktual harus sesuai dengan suasana hati, dan seterusnya. Hal ini menegaskan pandangan bahwa komunikasi artifaktual digunakan sebagai media pengiriman pesan tentang diri seseorang kepada orang lain, artinya bahwa komunikasi artifaktual yang setiap kali digunakan oleh seseorang akan selalu mempunyai makna.



Gambar 1. Bentuk Komunikasi Artifaktual Practically

“Sebagai anggota club motor bikers subuhan lampung saya merasa bangga bisa bergabung dengan club motor seperti ini, bukan hanya mementingkan dunia saja tetapi juga mencoba untuk terus menerus memperbanyak tabungan pahala untuk menghadapi kematian kelak. Sebenarnya dari pihak awalun sendiri memperbolehkan menggunakan komunikasi artifaktual kapan saja dan dimana saja. Akan tetapi yang harus diperhatikan, kita ini sebagai anggota club motor bikers subuhan lampung yang tujuannya adalah berdakwah [dan] meraimakan masjid, jadi sepandai-pandai mungkin menggunakan komunikasi artifaktual yang ada kaitannya dengan bikers subuhan lampung tidak dipakai pada sembarang tempat, atau bisa dikatakan menjauhi tempat yang berbau maksiat. Selagi tempatnya untuk berdakwah dan menuju jalan kebaikan kepada Allah SWT, saya selalu mengupayakan untuk menggunakan komunikasi artifaktual dengan cara menggabungkan beberapa jenis pakaian sebagai media dakwah club motor bikers subuhan lampung, selagi tidak menyalahi aturan agama saya akan menggunakannya (Taufiq, 10 Mei 2023 wawancara dengan penulis).

Komunikasi artifaktual memiliki tempat tersendiri bagi sebagian khalayak di masa modern. Komunikasi artifaktual merupakan bagian dari arah minat dan sebuah pandangan

hidup mengenai nilai-nilai yang dianut oleh seseorang. Oleh sebab itu, komunikasi artifaktual tidak bisa berjarak bahkan dipisahkan sedikitpun dari manusia, hal ini berkaitan dengan unsur sosial yang ada.

Melalui penggunaan komunikasi artifaktual berbentuk *practicality*, anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung lebih mudah memperkenalkan kegiatan dakwah mereka. Hal ini dikarenakan mereka tidak menghilangkan atribut-atribut artifaktual yang ada selayaknya club motor lainnya. Sehingga dengan menggunakan komunikasi artifaktual berbentuk *practicality* sebagai media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung, jangkauan dakwah lebih luas karena bisa mengimprovisasi dakwah mereka kepada siapapun, kapanpun dan dimanapun.

Design

Design pada komunikasi artifaktual dikategorikan sebagai individu yang memiliki ketertarikan lebih terhadap beberapa jenis pakaian dengan memperhatikan *design* yang tertera pada pakaian tersebut. Dari banyaknya jumlah anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung, ada beberapa anggota yang lebih suka memperhatikan *design* komunikasi artifaktual sebagai media. Hal ini berkaitan dengan *merchandise* yang diproduksi oleh pihak Club Motor Bikers Subuhan Lampung. Tidak bisa dipungkiri bahwa komunikasi artifaktual yang memiliki *design* menarik akan mempengaruhi pandangan seseorang yang melihatnya.

Beberapa khalayak lebih menyukai informasi bergambar jika dibandingkan dengan informasi yang berbentuk tulisan, karena melihat gambar lebih menyenangkan daripada melihat tulisan. Dengan kata lain media gambar atau *design* merupakan metode yang paling cepat untuk menanamkan pemahaman sehingga memberikan *moment* yang berkesan. Walaupun gambar atau *design* tidak disertai dengan tulisan sekalipun untuk memperjelasnya. Dengan adanya *design* maka komunikasi artifaktual yang digunakan Club Motor Bikers Subuhan Lampung akan mudah dipahami dan mudah dikenal.

Sebagai contoh komunikasi artifaktual berbentuk *design* dapat dilihat pada foto di bawah ini. Komunikasi artifaktual berupa *design* menjadi media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung dimana saja dan kapan saja untuk memperkenalkan club motor mereka. Melalui komunikasi artifaktual berupa *design* sebagai media dakwah, beberapa anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung tidak perlu menggunakan komunikasi

verbal dalam keberlangsungan dakwah, akan tetapi bisa melalui komunikasi nonverbal berupa komunikasi artifaktual.



Gambar 2. Bentuk Komunikasi Artifaktual Design

“Sebenarnya merchandise atau beberapa koleksi komunikasi artifaktual yang diproduksi club motor bikers subuhan lampung sangatlah menarik bagi saya. Terus terang saya mengetahui club motor bikers subuhan lampung waktu itu karna saya melihat seseorang menggunakan jaket dengan design club motor bikers subuhan lampung. Logonya menarik, Namanya juga menarik, alhasil saya mencari lebih lanjut tentang club motor bikers subuhan lampung sehingga sampai pada saat wawancara ini saya sudah menjadi anggota club motor bikers subuhan lampung. Mungkin jika saya tidak melihat jaket dengan design club motor bikers subuhan lampung, saya sampai saat ini tidak akan pernah bergabung bahkan mengetahui club motor bikers subuhan lampung yang mempunyai agenda aktivitas dakwah, berbeda dengan club motor lainnya. Karena saya mengetahui bikers subuhan lampung melalui logo design pada jaket, maka saya juga sering menggunakan jaket bikers subuhan sebagai media dakwah kepada khalayak umum, saya rasa jaket dengan design logo bikers subuhan merupakan media dakwah paling sesuai dengan pribadi saya, saya tinggal memakainya dan ketika saya berjalan kesana kemari pasti ada beberapa orang yang melihat dan merasakan seperti apa yang saya rasakan ketika pertama kali melihat design club motor bikers subuhan lampung pada sebuah jaket” (Indra, 10 Mei 2023 wawancara dengan penulis).

Design memiliki daya tarik tersendiri bagi individu yang melihatnya, *design* pada artifaktual yang menarik akan mempengaruhi pandangan seseorang ketika

memperhatikannya. Hal yang demikian digunakan oleh Club Motor Bikers Subuhan Lampung untuk memperkenalkan identitas mereka. *Design* logo bikers subuhan yang menjadi ciri khas tersebut memiliki makna didalamnya, tulisan pada logo disambung mengikuti huruf arab, selanjutnya warna putih pada logo bikers subuhan melambangkan kesucian, sedangkan gambar seseorang mengendarai sepeda motor untuk mencirikan identitas komunitas bikers, lalu ada angka yang menunjukkan pukul 04.00 WIB yang artinya seluruh anggota bikers subuhan harus siap-siap berangkat menuju masjid untuk melaksanakan shalat subuh.

Komunikasi artifaktual yang dikenakan seseorang secara tidak langsung mengkomunikasikan kepribadian pengguna tersebut. Komunikasi artifaktual mengkomunikasikan identitas mereka dan juga beberapa nilai-nilai yang mereka yakini. Sebagaimana seseorang tertarik untuk berpenampilan dengan cara memilih dan memilah beberapa *design* artifaktual sama halnya dengan bagaimana seseorang berupaya untuk menjelaskan tentang dirinya sendiri dan beberapa hal lain yang ada kaitan dengan dirinya. Hal tersebut menjadikan penampilan seseorang melalui komunikasi artifaktual menjadi representasi dirinya agar dikenal sesuai dengan yang dia inginkan, maka respon dari khalayak atau masyarakat untuk menghargai dirinya sesuai dengan apa yang ditampilkan.

Clothing Consiouness

Komunikasi artifaktual dalam bentuk *clothing consiouness* adalah komunikasi artifaktual yang digunakan oleh individu atas persetujuan dirinya tanpa adanya dorongan dari orang lain sehingga ia merasa nyaman dan cocok ketika memakainya. Komunikasi artifaktual berbentuk *clothing consiouness* sebagai media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung digunakan oleh seluruh anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung, mulai dari usia remaja hingga dewasa sampai pada usia menuju tua. Hal ini dikarenakan setiap masing-masing dari anggota merasa bangga sudah menjadi bagian dari keluarga Club Motor Bikers Subuhan Lampung. Sehingga anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung tidak sungkan untuk menggunakan komunikasi artifaktual berbentuk *clothing consiouness*. Justru mereka secara bangga menggunakannya sebagai media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung tanpa adanya keterpaksaan dari siapapun.

Komunikasi artifaktual berbentuk *clothing consciouness* dapat dilihat pada beberapa foto di bawah ini. Mereka menggunakan komunikasi artifaktual tersebut sebagai media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung tanpa adanya keterpaksaan

sedikitpun, justru mereka bangga dengan cara menggunakannya sehingga mereka merasa nyaman dan cocok mengenakannya.



Gambar 2. Bentuk Komunikasi Artifaktual Design

“Ketika saya sebelum menjadi ketua di club motor bikers subuhan lampung, oh iya di bikers subuhan lampung hanya ada 13 pendiri yang biasa disebut dengan awalun, jadi awalun itu orang yang mengawali membentuk bikers subuhan, sedangkan selain dari 13 pendiri tersebut dianggap sebagai ketua. Jadi tidak ada perebutan jabatan di dalam club motor bikers subuhan lampung. Hanya ada awalun dan ketua. Seluruh anggota menjadi ketua. Lanjut, sebelum saya bergabung menjadi ketua di bikers subuhan lampung saya selalu ingin menggunakan pakaian yang ada unsur bikers subuhan, karena pertama kali saya melihat ada seseorang yang menggunakan artifaktual bikers subuhan dengan gagah membawa sepeda motor. Terbesit di hatinya kapan ya saya bisa menggunakannya juga? Dan bagaimana, ya, saya agar bisa bergabung? Alhasil waktu demi waktu saya mencari akses agar bisa bergabung dengan club motor bikers subuhan lampung, hingga sampai pada saatnya saya menjadi ketua di club motor bikers subuhan lampung. Keinginan saya untuk memakai atribut artifaktual bikers subuhan lampung akhirnya tercapai, saya dengan bangga menggunakan atribut artifaktual tersebut kesana-kemari menghadiri majlis ilmu. Ternyata setelah beberapa waktu saya memakai artifaktual atribut tersebut, ada beberapa anak muda juga yang menghampiri saya dan bertanya bagaimana caranya agar bergabung dengan club motor bikers subuhan lampung. Komunikasi artifaktual sebagai media dakwah club motor bikers subuhan lampung cukup lumayan efektif untuk beberapa anak-anak muda yang hobi dengan sepeda motor” (Gustian, 10 Mei 2023 wawancara dengan penulis).

Artifaktual yang kita gunakan akan menjadi nyaman apabila kita menyukainya, perasaan bangga dan senang turut menyertainya juga. Seperti halnya artifaktual yang digunakan oleh beberapa anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung, mereka menggunakannya dengan sadar dan bangga tanpa adanya paksaan dari orang lain. Lebih

lagi dari banyaknya anggota memang menunggu momentum tersendiri agar bisa menggunakan atribut artifaktual bikers subuhan.

Artifaktual merupakan komunikasi nonverbal dengan cara menggunakan objek *artefac* melalui benda. Komunikasi artifaktual berupa penampilan seseorang sebagai bentuk komunikasi nonverbal. Akan tetapi, dampak dari penggunaan komunikasi artifaktual menjadikannya sebagai alat komunikasi karena memberikan makna pada artifaktual tersebut ketika seseorang melihatnya. Komunikasi artifaktual sebagai mode komunikasi nonverbal menunjukkan bahwa penampilan seseorang dapat memberikan informasi mengenai diri mereka.

Exhibition

Exhibition adalah timbulnya hasrat berlebihan dari seseorang yang ingin menggunakan pakaian tertentu agar orang lain melihatnya. Komunikasi artifaktual berbentuk *exhibition* sebagai media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung biasanya digunakan oleh anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung dengan rentan umur antara 20-25 tahun. Ini biasanya muncul pada masa-masa awal mengikuti kegiatan bikers subuhan lampung. Sesekali *awalun* (sebutan untuk pendiri komunitas yang mengawali terbentuknya Bikers Subuhan) pernah menegur anggota bikers subuhan lampung di jalan sampai memberhentikannya karena kurangnya etika berkendara dan tidak mencerminkan citra anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung.

Hasrat berlebihan untuk menggunakan komunikasi artifaktual sebagai media dakwah club motor bikers subuhan lampung boleh saja muncul pada setiap diri anggota, karena dengan begitu komunikasi artifaktual sebagai media dakwah akan cepat tersebar luas ke khalayak umum. Akan tetapi ada yang perlu diperhatikan ketika seseorang menggunakan artifaktual bikers subuhan lampung, mereka harus bertanggung jawab atas apa yang telah mereka pakai. Mereka sebagai ketua bagi dirinya sendiri dan ketua pada bikers subuhan lampung, bertanggung jawab dengan cara berkendara semestinya dijalanan, selalu mematuhi peraturan lalu lintas, beretika dalam mengendarai kendaraan sehingga tidak mengganggu pengendara lainnya, tunjukkanlah nilai-nilai positif yang berkaitan dengan dakwah. Karena dibentuknya club motor bikers subuhan lampung ini untuk sama-sama mengajak dan memperbaiki segala perbuatan kita didunia agar lebih siap menghadapi akhirat kelak (Sani, 10 Mei 2023 wawancara dengan penulis).

Kategori Komunikasi Artifaktual Club Motor Bikers Subuhan Lampung

Keberlangsungan komunikasi artifaktual sebagai salah satu media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung dapat menjadi media dakwah yang opsional bagi seluruh anggota. Karena tidak semua anggota bikers subuhan memiliki ilmu yang cukup untuk melakukan dakwah secara verbal, dengan menggunakan artifaktual yang berkaitan dengan bikers subuhan mereka sudah membantu untuk menyebarluaskan identitas dari club motor tersebut.

Berdasarkan observasi dan analisis peneliti, Club Motor Bikers Subuhan Lampung menggunakan komunikasi artifaktual berupa penampilan hoodie berlogo bikers subuhan, rompi berlogo bikers subuhan, pakaian muslim yang dipadukan dengan rompi bikers subuhan, dan kopiah berwarna putih pada saat kegiatan keagamaan. Hal tersebut menjadikan Club Motor Bikers Subuhan Lampung memiliki citra yang positif melalui komunikasi artifaktual sebagai kategori *low fashion*.

Untuk mempermudah penyebaran dakwah bisa melalui media apa saja, selagi medianya baik dan benar. Saya rasa tidak perlu media yang berlebihan selagi medianya cocok dan efektif bagi para pegiat dakwah tersebut. Club motor bikers subuhan lampung menggunakan komunikasi artifaktual berupa penampilan tidak begitu mewah, hanya saja kami selalu menyesuaikan dengan tujuan yang kami tuju. Karena kami sebagai club motor, maka kami juga ingin dianggap menarik dari apa yang kami tampilkan, seperti halnya menggunakan atribut-atribut yang ada kaitan dengan bikers subuhan. Dengan begitu kami tidak perlu melakukan kontak secara langsung ketika menyampaikan dakwah, melalui pakaian sederhana yang kami pakai rasanya sudah begitu cukup untuk memperkenalkan identitas club motor bikers subuhan lampung (Irfan, 10 Mei 2023 wawancara dengan penulis).

Dimensi Informasi Komunikasi Artifaktual Sebagai Media Dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung

Komunikasi artifaktual sebagai ilmu komunikasi nonverbal menunjukkan bahwa melalui penampilan, seseorang dapat memberikan sejumlah informasi mengenai dirinya. Kefgen dan Specht menyebutkan bahwa melalui komunikasi artifaktual terdapat tiga dimensi informasi yang dihasilkan, yaitu emosi, tingkah laku dan, differensiasi (Kefgen & Touchie-Specht, 1976). Dimensi informasi berupa emosi, tingkah laku dan differensiasi bukan serta merta muncul begitu saja, akan tetapi dimensi informasi tersebut muncul melalui komunikasi artifaktual berupa penampilan yang mereka pakai. Sehingga,

artifaktual tersebut akan mempertegas dimensi informasi Club Motor Bikers Subuhan Lampung.

Komunikasi artifaktual yang digunakan seseorang akan mengkomunikasikan informasi berkaitan dengan emosi sang komunikator. Hal demikian akan menyampaikan makna yang terkandung pada komunikasi artifaktual berupa penampilan, seseorang melalui komunikasi artifaktual dapat mengkomunikasikan informasi berupa emosi seperti yang telah dikemukakan oleh Kefgen dan Specht dengan adanya istilah-istilah *Glad Rags* (pakaian ceria), *Widow's Weed* (pakaian berkabung), dan *Sunday Clothes* (pakaian hari minggu atau baju santai).

Dari hasil observasi dan wawancara peneliti mengenai penggunaan komunikasi artifaktual sebagai media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung, didapatkan hasil bahwa anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung menunjukkan emosi melalui komunikasi artifaktual berupa *sunday clothes*, artinya dapat diartikan sebagai emosi yang santai. Emosi santai yang berkaitan dengan komunikasi artifaktual dapat dilihat dari beberapa jenis artifaktual yang digunakan oleh anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung, berupa hoodie, pakaian muslim, rompi dan beberapa pakaian religius lainnya.

“Ketika saya menggunakan beberapa pakaian yang ada kaitannya dengan bikers subuhan, saya merasa memiliki tanggung jawab yang lebih. Pertama, saya bertanggung jawab atas diri saya sendiri mengenai pengendalian emosi diri saya. Kedua, saya bertanggung jawab atas apa yang saya kenakan mengenai atribut bikers subuhan lampung, karena atribut bikers subuhan digunakan sebagai salah satu media dakwah bikers subuhan lampung, saya harus benar menjaga diri saya melalui pengendalian emosi. Apalagi ketika di jalanan, ada banyak sekali pengendara yang kurang mematuhi peraturan berlalu lintas, rasanya saya ingin membentak mereka dan menegur secara keras karna sudah melewati batas. Akan tetapi saya sadar bahwa saya menggunakan atribut bikers subuhan lampung, artinya saya bisa berdakwah kepada mereka bahwa lihat loh saya anggota bikers subuhan lampung, mengendarai sepeda motor tidak harus ugal-ugalan seperti itu dan mengganggu pengguna kendaraan lainnya” (Adi, 10 Mei 2023 wawancara dengan penulis).

Selain menghasilkan dimensi informasi mengenai emosi, komunikasi artifaktual juga mempengaruhi dimensi informasi mengenai tingkah laku yang memakainya, begitu juga tingkah laku *audiens* yang melihatnya.

Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan Club Motor Bikers Subuhan Lampung, komunikasi artifaktual berbentuk *practically, design, exhibition*, dan

clothing consciousness memiliki kontrol penting pada tingkah laku anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung. Hal ini terjadi karena pemilihan artifaktual sesuai dengan sejumlah titik lokasi aktivitas dakwah bikers subuhan lampung.

“Sebenarnya tingkah laku kami sepenuhnya bukan dihasilkan dari apa yang kami pakai, tetapi apa yang kami pakai seolah-olah membuat tingkah laku kami menjadi berbeda. Contoh kecil seperti ini, ketika saya menggunakan kaos polos dan celana dasar menuju masjid, mungkin orang-orang disekitar tidak begitu memerhatikan saya. Akan tetapi jika saya menggunakan kaos atau atribut yang ada kaitannya dengan bikers subuhan, pasti ada beberapa khalayak yang memperhatikannya dan tiba-tiba sering sekali diajak ngobrol, mereka bertanya dimana markas bikers subuhan dan bagaimana caranya jika saya ingin bergabung. Jadi ketika saya menggunakan penampilan bikers subuhan saya akan mencoba sebaik mungkin untuk berperilaku yang baik, bukan memanipulasi tetapi lebih menyesuaikan menjadi seimbang dan tentunya balance antara penampilan dan tingkah laku. Karena pakaian merupakan salah satu media dakwah bagi bikers subuhan lampung” (Surya, 10 Mei 2023 wawancara dengan penulis).

Penggunaan komunikasi artifaktual berbentuk *practically, design, exhibition* dan *clothing consciousness* menjadikan anggota bikers subuhan lampung seperti anak muda sungguhan walaupun ada beberapa di antara mereka sudah tidak lagi masuk ke dalam kategori muda karena faktor usia. Tidak ada berita bertebaran di sosial media mengenai perilaku buruk yang dilakukan oleh club motor bikers subuhan. Hal yang demikian merupakan salah satu faktor penggunaan komunikasi artifaktual sebagai media dakwah mereka, sehingga mereka betul-betul menjaga tingkah laku mereka sebagai anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung.

Komunikasi artifaktual sebagai dimensi informasi tidak hanya menunjukkan tentang emosi dan tingkah laku seseorang yang memakainya. Akan tetapi menghasilkan dimensi differensiasi. Differensiasi membedakan Club Motor Bikers Subuhan Lampung dengan club motor lainnya. Penggunaan komunikasi artifaktual sebagai media dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung menjadi sebuah penanda identitas yang mempunyai karakter sanagat kuat. Karena dengan adanya artifaktual yang melekat pada tubuh anggota bikers subuhan lampung menjadi ciri khas tersendiri.

Differensiasi yang diciptakan Club Motor Bikers Subuhan Lampung dengan cara menggunakan artifaktual akan menjadi pengingat bagi masyarakat sekitar yang melihatnya.

Hal ini dipertegas dengan hasil wawancara bersama Anggota Club Motor Bikers Subuhan Lampung,

“...club motor biker subuhan lampung bukan hanya sekedar club motor yang huru-hara kesana kemari, akan tetapi club motor bikers subuhan lampung memiliki kegiatan aktivitas dakwah berupa shalat subuh berjamaah dimasjid, bikers mengaji, tausiah subuh, safaride, cowok panggilan bersih-bersih masjid. Sulit untuk menjelaskan kepada khalayak bahwa kami memiliki kegiatan dakwah tersebut, akan tetapi dengan adanya logo bikers subuhan sebagai media dakwah kami, maka kami menggunakannya untuk memperkenalkan club motor bikers subuhan, tahap pertama kami memperkenalkan identitas kami dengan cara menggunakan beberapa pakaian yang ada kaitannya dengan bikers subuhan lampung hingga pada tahap selanjutnya kami akan memperkenalkan agenda aktivitas dakwah kami” (Gunawan, 10 Mei 2023 wawancara dengan penulis)

IV. SIMPULAN

Perkembangan aktivitas dakwah saat ini sudah berbeda dengan masa sebelumnya. Pasalnya media dakwah yang digunakan tidak hanya melalui mimbar saja. Untuk menunjang keberhasilan dakwah, banyak cara yang dapat digunakan para pelaku pegiat dakwah, seperti yang dilakukan Club Motor Bikers Subuhan Lampung. Melalui pendekatan komunikasi artifaktual sebagai media dakwah mereka, Club Motor Bikers Subuhan Lampung berhasil mengajak beberapa anak muda untuk ikut serta bergabung melaksanakan aktivitas dakwah mengajak shalat subuh berjamaah, kuliah subuh, safaride, cowok panggilan dan bikers mengaji.

Keberadaan Club Motor bikers subuhan lampung memberikan dampak positif bagi pecinta motor untuk bisa bergabung bersama melakukan aktivitas dakwah, dan juga sebagai penyeimbang dari maraknya ulah negatif yang dilakukan club motor tidak bertanggung jawab. Bentuk komunikasi artifaktual yang digunakan Bikers Subuhan Lampung sebagai media dakwah mereka antara lain *Exhibition, Practicality, Design* dan *Clothing Consiousnees*. Sedangkan kategori komunikasi artifaktual yang mereka gunakan sebagai media dakwah adalah kategori komunikasi artifaktual *Low fashion*. Bentuk dan kategori komunikasi artifaktual tersebut menghasilkan 3 dimensi informasi, diantaranya emosi, tingkah laku dan differensiasi.

Penggunaan komunikasi artifaktual yang mereka gunakan sebagai media dakwah dapat dikatakan cukup efektif, dikarenakan banyak di antara anggota para bikers subuhan

lampung ikut bergabung setelah melihat artifaktual dari club motor bikers subuhan lampung. Artifaktual tersebut dapat berupa *hoodie* berlogo bikers subuhan lampung, kaos bikers subuhan lampung, dan rompi bikers subuhan lampung. Komunikasi artifaktual sebagai media dakwah dapat menjadi strategi untuk menarik minat khalayak agar bisa bergabung dan melaksanakan aktivitas dakwah Club Motor Bikers Subuhan Lampung.

Daftar Pustaka

- Amin, M. S. (2021). *Strategi Dakwah Kyai dalam Membentengi Warga Nahdliyin dari Aliran Islam Radikal di Lingkungan Gumuk Bago Kelurahan Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember*. Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- Barnard, M. (2011). *Fashion sebagai komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Desideria, M. (2018). *Strategi Adaptasi Komunikasi Antarbudaya (Studi Kasus Tenaga Kerja Indonesia Di Taiwan)*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Dillistone, F. W. (2002). *Daya kekuatan simbol: The power of symbols*. Yogyakarta: Kanisius.
- Fauziah, R. (2019). *Efektivitas dakwah pada komunitas: Studi kasus pada komunitas anak motor biker Subuhan Banten*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- FERONIKA, C. P. (2022). *Strategi Komunikasi Dakwah Da'i dalam Membina Akhlak Komunitas Bikers Subuhan Bandar Lampung*. UIN Raden Intan Lampung.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi dan komodifikasi: Mengkaji media dan budaya dalam dinamika globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Irawan, C. O. (2021). "Kostum Defile Saudi Arabia pada Jember Fashion Carnival (JFC) 2018 Sebagai Media Komunikasi". *Skripsi* Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
- Istiyanto, S. B. (2010). Pentingnya komunikasi artifaktual dalam keberhasilan modifikasi komunikasi antarmanusia. *Acta Diurna*, 6(2), 12–22.
- Kefgen, M., & Touchie-Specht, P. (1976). *Individuality in clothing selection and personal appearance: A guide for the consumer*. (No Title).
- Majidah, I. Q. (2022). *Fashion Style Ustadzah Sebagai Komunikasi Nonverbal Di Pondok Pesantren Al-Iman Putri*. IAIN Ponorogo.

- Mujaahidah, D. U., & Hadziq, A. (n.d.). *Bikers Subuhan Karanganyar: Dakwah Komunitas dalam Kegiatan Keagamaan*.
- Nordholt, H. S. (1997). The state on the skin: clothes, shoes, and neatness in (colonial) Indonesia. *Asian Studies Review*, 21(1), 19–39.
- Purnamasari, M., & Thoriq, A. M. (2021). Peran Media dalam Pengembangan Dakwah Islam. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(2), 87–99.
- Sihabudin, H. A. (2022). *Komunikasi Antarbudaya: Satu Perspektif Multidimensi*. Bumi Aksara.
- Tommy Saputra. (2023). *Anggota Polda Lampung Diserang Geng Motor Bersenjata Tajam*. Detiksumbagsel. <https://www.detik.com/sumbagsel/hukum-dan-kriminal/d-6787465/anggota-polda-lampung-diserang-geng-motor-bersenjata-tajam>
- Tyas, H. S. R. N. (2021). *Strategi guru PAI dalam menumbuhkan kesadaran siswi berbusana muslimah di Sekolah Menengah Kejuruan Kosgoro Nganjuk*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Utari, R. I. (2016). Pakaian Sebagai Komunikasi Artifaktual. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 443–448.