

Political Marketing Elit Lokal Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah di Nusa Tenggara Barat

Fathurrijal

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Mataram, 83115, Indonesia
fathur_mujaddid@yahoo.co.id

INFOARTIKEL

Riwayat Artikel:
Diterima Juli 2018
Direvisi Agustus 2018
Disetujui September 2018

ABSTRAKSI

Abstrak: Tulisan ini mengkaji penerapan komunikasi pemasaran politik (Political Marketing Communication) oleh Elit-elit Lokal di beberapa momentum pemilihan umum kepala daerah di Nusa Tenggara Barat. Keberadaan elit lokal di NTB yang dulu hanya sebagai *vote getter*, kini telah menjelma menjadi tokoh politik yang siap berkompetisi dengan para politisi dalam merebut kepemimpinan formal di tingkat lokal. Kemampuan elit-elit lokal dalam menarasikan visi-misi politiknya tidak bisa dipandang sebelah mata oleh politisi-politisi murni yang selama ini menguasai struktural partai politik. Keterbukaan Demokrasi harus dijadikan sebagai media dan momentum untuk mendudukkan semua elemen masyarakat pemilih yang memiliki hak yang sama, sama-sama bisa diusulkan dan dipilih menjadi pemimpin-pemimpin birokrasi. Jalur politik adalah salah satu jalur yang memungkinkan elit lokal untuk bisa duduk mengisi pergantian kepemimpinan di level eksekutif dan legislatif. Provinsi NTB, sebagai salah satu daerah yang melaksanakan pemilihan umum kepala daerah sudah beberapa priode kepemimpinan kini telah dipimpin oleh elit lokal yang berasal dari tokoh keagamaan, begitu juga di beberapa Kabupaten Kota, kaum birokrat sedikit demi sedikit mulai tergeser dari kursi kepemimpinan eksekutif.

Kata Kunci:
Komunikasi Pemasaran Politik,
Elit Lokal,
Politik,
Demokrasi,
Pilihan Kepala Daerah

Keywords:
Political Marketing Communication,
Local Elite,
Politic,
Democracy,
Local Leader Elections

Abstract : This paper analyzed the application of political marketing communication by Local Elites in some of the momentum of Local Leader Elections in West Nusa Tenggara. The existence of local elites in NTB, which used to only be a *getter vote*, has now become a political figure who is ready to compete with politicians in seizing formal leadership at the local level. The ability of local elites to narrate their political vision and mission cannot be underestimated by pure politicians who have so far mastered the structure of political parties. Openness of Democracy must be used as a medium and momentum to seat all elements of the voting community who have the same rights, both can be proposed and elected as bureaucratic leaders. The political path is one of the pathways that allow local elites to sit in to fill leadership changes at the executive and legislative levels. NTB Province, as one of the regions that carried out Local Leader elections for several periods of leadership has now been led by local elites from religious figures, as well as in several districts, the Bureaucrats have gradually moved away from the executive leadership chair

I. Pendahuluan

Tulisan ini berangkat dari fenomena bangkitnya semangat politik elit-elit lokal di hampir seluruh daerah di Indonesia, termasuk di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). Elit-elit lokal yang tersebar di sepuluh kabupaten/kota se-NTB, kini telah menjelma sebagai aktor politik

berpengaruh. Tingkat penetrasi dari pengaruh yang dimiliki elit-elit lokal terlihat dari keberhasilan mereka dalam memenangkan kontes elektoral dalam pemilihan umum kepala daerah (pilkada).

Pemilihan umum kepala daerah adalah salah satu amanat undang-undang yang harus direalisasikan oleh pemerintah pusat, dalam menjalankan roda regenerasi kepemimpinan di tingkat lokal. Apabila merujuk pada pasal 18 ayat (4) UUD NRI tahun 1945 yang menyebutkan bahwa “Gubernur, Bupati, dan Wali Kota masing-masing sebagai kepala pemerintahan provinsi, kabupaten dan kota dipilih secara demokratis.”¹

Khusus di Provinsi NTB, publik dapat melihat bagaimana hasil dari proses demokrasi tersebut, dimana elit-elit lokal yang tersebar di beberapa ormas Islam berhasil memenangkan pertarungan kontes demokrasi tersebut. Salah satu contohnya adalah keberhasilan Dr. TGKH. M. Zainul Majdi, MA. Menjadi Gubernur NTB dua periode, Dr. KH. Zulkifli Muhadli, MM. Bupati Sumbawa Barat dua periode, TGH. Akhyar Abduh Wali Kota Mataram dua periode, Dr. TGH. Najmul Akhyar, MH. Memimpin Lombok Utara dua periode, TGH. Suhaili FT bupati Lombok Tengah dua periode. Mereka semua adalah elit lokal yang berkiprah di ranah keagamaan, namun kini mereka yang telah menjelma menjadi elit politik berpengaruh di daerahnya masing-masing.

Elite lokal yang dimaksud dalam tulisan ini adalah seseorang yang menduduki jabatan-jabatan strategis dan mempunyai pengaruh untuk memerintah orang lain dalam lingkungan masyarakat. Elit seperti ini sering disebut dengan elite non politik. Elit non politik ini seperti, elite keagamaan, elite organisasi kemasyarakatan, kepemudaan, profesi dan lain sebagainya Nurhasim dalam Rudi Subiakto.²

Elit sering diartikan sebagai sekumpulan orang sebagai individu-individu superior, yang berbeda dengan massa yang menguasai jaringan-jaringan kekuasaan atau kelompok yang berbeda di lingkaran kekuasaan maupun yang sedang berkuasa. Mosca dan Pareto membagi stratifikasi elit ke dalam tiga kategori, yaitu elit yang memerintah (*governing elite*), elit yang tidak memerintah (*non-governing elite*) dan massa umum (*non-elite*). Melihat fakta keterlibatan elit dalam pemilihan umum kepala daerah, maka tepatlah pendapat Varma yang menyebutkan bahwa di dalam kelompok penguasa (*the ruling class*) selain ada elit yang berkuasa (*the ruling elite*) juga ada elit tandingan, yang mampu meraih kekuasaan melalui massa jika elit yang berkuasa kehilangan kemampuannya untuk memerintah. Artinya dalam hal ini, massa memegang sejenis kontrol jarak jauh atas elit yang berkuasa, tetapi karena mereka tak begitu acuh dengan permainan kekuasaan, maka tak bisa diharapkan mereka akan menggunakan pengaruhnya.³

Keterlibatan elit lokal dalam pemilihan kepala daerah (Pilkada) bila dilihat dari orientasi politiknya dapat dibagi menjadi dua, yaitu pragmatis dan ideologis Pertama, Pragmatis adalah dimana tuan guru memosisikan dirinya sebagai “elit lokal” yang mempunyai kekuatan untuk memenangkan hajatan lima tahunan ini. Dengan demikian, Ia berhak mendapatkan hadiah atau imbalan setimpal dari apa yang telah dikerjakannya. Kedua, ideologis adalah terjunnya elit-elit keagamaan ke gelanggang politik merupakan panggilan hati untuk mengawal proses demokratisasi agar tercipta masyarakat yang aman, tentram, adil dan makmur atau dengan bahasa agama, masuknya Kiai ke ranah politik sebagai bagian amar ma’ruf nahi munkar, dan orientasi inilah yang paling menonjol dalam setiap aktifitas Kiai dalam ranah politik.⁴

¹ Agustino, Leo. (2009). Pilkada dan Dinamika Politik Lokal, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hal 79

² Subiakto, Henry, (2009). Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan, Yogyakarta, Kalasutra, hal 48

³ Varma, SP. Teori Politik Modern. (2010). (terj) dari Modern Political Theory oleh Yohanes Kristiarto SL. Cet:ke-9, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal 200

⁴ Op.cit, hal 45

Fenomena keterlibatan elit politik lokal dalam kompetisi di setiap momentum pemilihan umum adalah salah satu bentuk ekspresi demokrasi.⁵ Adapun Zuhro menyebutkan bahwa dalam konteks demokrasi dan budaya politik lokal, aktor adalah *agency* budaya.

Sebagai *agency* budaya, maka aktor sekaligus sebagai produsen (*creator*) budaya, dimana perilaku politik aktor di tingkat lokal mempengaruhi perubahan dan kesinambungan nilai-nilai budaya politik. Dengan kata lain, peran aktor merupakan salah satu kunci penting keberhasilan demokrasi karena tingkah laku aktor dan kebijakan yang dihasilkannya mempunyai arti penting dan juga berpengaruh signifikan terhadap konsolidasi demokrasi.⁶

Permasalahannya kemudian adalah terletak pada bagaimana strategi elit lokal tersebut dalam mengkomunikasikan dan memasarkan visi-misi politiknya di setiap perhelatan Pilkada. Disinilah berlakunya strategi (pendekatan) komunikasi politik dan *Political Marketing* untuk meyakinkan masyarakat pemilih yang terdiri dari berbagai *segment* tersebut. Tulisan ini menganalisa model komunikasi pemasaran politik (*political marketing*) elit lokal dalam Pilkada, dengan fokus penelitian pada strategi *political marketing* elit lokal dalam memenangkan pemilihan kepala daerah di NTB.

II. Kerangka Teoritik

A. Pemasaran Politik

Istilah pemasaran politik (*Political Marketing*) dapat diartikan sebagai penerapan konsep pemasaran dalam politik, artinya pemasaran di dalam dunia politik praktis tidak jauh berbeda dengan penerapan konsep pemasaran dalam dunia bisnis komersial, dimana keduanya sama-sama memiliki standar dan strategi yang sama. *Political marketing* dalam pandangan Newman & Perloff sebagaimana dikutip oleh Kaid menjelaskan pengertian pemasaran politik sebagai berikut.

“Pemasaran Politik adalah penerapan prinsip-prinsip dan prosedur dalam kampanye politik oleh beragam individu dan organisasi. Adapun prosedur-nya adalah analisis, pengembangan, pelaksanaan, dan pengelolaan kampanye strategis oleh kandidat, partai politik, pemerintah, pelobi dan kelompok-kelompok kepentingan yang berusaha untuk mendorong opini publik, memajukan ideologi mereka sendiri, memenangkan pemilu, dan meloloskan peraturan dan referendum dalam menanggapi kebutuhan dan keinginan dari orang-orang dan kelompok-kelompok yang dipilih dalam suatu masyarakat”.⁷

Pemasaran politik adalah sebuah konsep baru yang begitu lama dikenal dalam kegiatan politik, ia merupakan konsep yang diintroduksi dari penyebaran ide-ide sosial di bidang pembangunan dengan meniru cara-cara pemasaran komersial, tetapi orientasinya lebih banyak pada tatanan penyadaran, sikap dan perubahan perilaku untuk menerima hal-hal baru. Cara penyebaran seperti ini dilihat dari konteks dan orientasinya disebut “pemasaran sosial” yang secara substantif tidak jauh berbeda dengan istilah penyuluhan, sosialisasi, dan kampanye.⁸

Adapun dalam kajian ilmu politik, *political marketing* merupakan penerapan ilmu marketing dalam kehidupan politik. Dalam *political marketing*, yang ditekankan adalah penggunaan pendekatan dan metode marketing dalam menyusun produk politik, distribusi produk politik kepada publik serta meyakinkan bahwa produk politiknya lebih unggul dibandingkan dengan pesaing, sehingga membantu politikus dan partai politik untuk membangun hubungan dua arah dengan konstituen dan masyarakat.⁹

⁵ Nurpati, Andi. (2013). Dilema Eksistensi Pendidikan Politik Studi Atas Partisipasi Pemilih Dalam Pemilu, Yarsif Watampone, Jakarta., hal 1

⁶ Zuhro, R. Siti dkk. 2009. Demokrasi Lokal Peran Aktor Dalam Demokratisasi, Ombak, Yogyakarta., hal 2

⁷ Kaid, Lynda Lee (Editor). (2004). Handbook Of Political Communication Research, London, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, hal 18

⁸ Cangara, Hafied. (2009). Komunikasi Politik, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal 276

⁹ Mage, Ruslan Ismail. (2012). Berpolitik Dengan Berbiaya Murah, Thafa Media, Yogyakarta., hal 141

Dalam proses pemasaran politik, produk yang bisa dipasarkan adalah partai politik itu sendiri, tanda gambar, ideologi, visi-misi, program dan para kandidat yang akan menduduki jabatan-jabatan politik. Semuanya itu memberikan citra, simbol dan kredibilitas sebuah produk politik (*political product*).¹⁰

B. Strategi Pendekatan Pasar Politik

Menurut Nursal apabila kandidat ingin memenangkan pertarungan dalam pemilihan, ada tiga strategi political marketing (pemasaran politik) yang dapat dilakukan dalam proses memasarkan agenda politiknya Pertama, *Push Political Marketing* (pemasaran politik langsung kepada calon pemilih). Kedua, *Pull Political Marketing* (Pemasaran politik melalui media massa). *Ketiga Pass Political Marketing* (Pemasaran politik melalui tokoh, kelompok atau organisasi berpengaruh).¹¹

Push Political Marketing (Pemasaran politik langsung kepada calon pemilih), Menurut Nursal *push-marketing* adalah penyampaian produk politik langsung kepada para pemilih. Dalam pendekatan ini kandidat kepala daerah berusaha mendapatkan dukungan melalui stimulasi yang diberikan kepada pemilih. Masyarakat perlu mendapatkan dorongan dan energi untuk pergi ke bilik suara dan mencoblos seorang kontestan. Disamping itu kandidat perlu menyediakan sejumlah alasan yang rasional maupun emosional kepada para pemilih untuk bisa memotivasi mereka agar tergerak dan bersedia memberikan dukungan. Tanpa alasan-alasan ini, pemilih akan merasa ogah-ogahan karena mereka tidak punya cukup alasan untuk menyuarakan aspirasi mereka. Namun pada dasarnya *push marketing* adalah usaha agar produk politik dapat menyentuh para pemilih secara langsung dengan cara yang lebih mediaional.¹²

Pull Political Marketing (Pemasaran politik melalui media massa) Menurut Nursal, *pull-marketing* adalah penyampaian produk politik dengan memanfaatkan media massa. Strategi seperti ini menitikberatkan pada pembentukan image politik yang positif. Robonowitz dan Machdonald, menganjurkan bahwa supaya simbol dan image politik dapat memiliki dampak yang signifikan, kedua hal tersebut harus mampu membangkitkan sentimen. Pemilih cenderung memilih partai atau kandidat yang memiliki arah yang sama dengan apa yang mereka rasakan.

Pass Political Marketing (Pemasaran politik melalui tokoh, kelompok atau organisasi berpengaruh). Strategi ini menggunakan individu-individu, kelompok, dan organisasi berpengaruh yang dapat mempengaruhi opini pemilih (*influencer*). Sukses atau tidak penggalangan massa akan sangat ditentukan oleh pemilihan para *influencer* ini. Semakin tepat *influencer* yang terpilih, efek yang diraih pun akan menjadi semakin besar dalam mempengaruhi pendapat, keyakinan dan pikiran publik.¹³

III. Penyajian dan Analisis Data

Pemilihan kepala daerah di Provinsi Nusa Tenggara Barat menarik untuk dikaji dari berbagai aspek, apalagi dari sudut pandang komunikasi politik dan komunikasi pemasaran politik. Sebagaimana di singgung pada pendahuluan tulisan ini, kontestasi electoral di NTB ini sangatlah unik, dimana pesertanya adalah elit-elit lokal yang memiliki pengaruh kuat di masyarakat. Elit lokal yang tersebar di beberapa komunitas dan organisasi keagamaan ini saling berkompetisi meraih simpati dan empati Ummat untuk memilihnya.

¹⁰ Arifin, Anwar. (2011). Komunikasi Politik Filsafat-paradigmatik-teori-tujuan-strategi dan komunikasi politik di Indonesia, Graha Ilmu, Yogyakarta, hal 147

¹¹ Firmanzah.(2008). Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas, Jakarta Yayasan Obor Indonesia (YOI)., hal 218

¹² Nursal, Adman.(2004). Political Marketing Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden, PT Gramedia, Jakarta, hal 242

¹³ Op.cit, hal 244

Dalam catatan penulis, setidaknya dalam beberapa pilkada di NTB yang pernah dijadikan ajang adu nyali para tuan guru dan kiai, Pemilihan Gubernur NTB 2008 (ada TGB M. Zainul Majdi), Pemilihan Gubernur NTB 2013 (TGB. M. Zainul Majdi, KH. Zulkifli Muhadli, TGH. L. Abdul Muhyi), Pemilihan Gubernur NTB 2018 (TGH, Akhyar Abduh, TGH, Suhaili FT, TGH. Gde Sakti, Lc., Ustadzah Dr. Hj. Rohmi Djalilah, M.Pd.).

Dari anatomi organisasi sosial keagamaan kandidat-kandidat gubernur NTB bermunculan, seperti Dr. M. M. Zainul Majdi, MA, selain sebagai gubernur *incumbent* juga masih duduk sebagai Ro`is Am Dewan *Tanfidziyah* PBNW Pancor. Muhyi Abidin adalah sekjen PBNW Anjani (keluarga dari M. Zainul Majdi), Rohmi Djalilah (muslimat NW), KH. Zulkifli Muhadli (Pendekar Tapak Suci Putra Muhammadiyah), TGH. Suhaili, FT. (NU), TGH. Gde Sakti, TGH, Akhyar Abdu (NW).

Selain elit ormas keagamaan ada juga muncul elit-elit lokal yang muncul dari perwakilan setiap suku yang berasal dari Sasambo (Sasak, Samawa, Mbojo) pada Pemilihan Gubernur NTB 2013 ada kombinasi suku Mbojo-Sasak (Drs. H. Harun Al-Rasyid, M.Si - HL. Muhyi Abidin, MA.), Samawa-Sasak (Dr. KH.Zulkifli Muhadli, SH, MM - Prof. Dr. Ir. Ichsan, MS.), Sasak-Samawa (diwakili dua kandidat yakni Dr. KH. M. Zainul Majdi, MA. - H. Muhammad Amin, SH. M.Si. dan Suryadi Jaya Purnama, ST - Johan Rosihan, ST). Pada Pemilihan Gubernur 2018 juga formasinya masih mirip, dimana kombinasi sukuisme dan simbol ormas keagamaan dimunculkan

Dengan melihat banyaknya elit-elit lokal yang berkompetisi memperebutkan kursi NTB 1 dan 2 dalam setiap pemilihan kepala daerah di NTB. Penulis melihat semua kandidat menggunakan konsep komunikasi pemasaran politik dalam mengkomunikasi visi-misi politiknya untuk meyakinkan pemilih.

Semua kandidat berusaha menanamkan image dan citra diri dipromosikan (dipresentasikan) kepada khalayak. Kegiatan promosi diri itulah yang penulis simpulkan sebagai bagian dari strategi *political marketing*- setiap elit lokal yang berkompetisi dalam pemilihan kepala daerah di NTB.

Political marketing menurut Butler sebagaimana dikutip oleh Firmanzah adalah sebuah konsep permanen yang harus dilakukan terus-menerus oleh kontestan dalam membangun kepercayaan dan *image publik*. Sedangkan Dean dan Croft (2000) membangun kepercayaan dan image ini hanya bisa dilakukan melalui hubungan jangka panjang, tidak hanya pada masa kampanye.

Untuk menjadi seorang pemimpin (Gubernur, Bupati, Wali Kota) sangat mirip dengan berinvestasi dalam pasar saham. Jika anda mengharapkan kaya dalam sehari, anda takkan berhasil. Untuk sukses dalam industri politik, seorang aktor politik harus mampu memahami dengan benar karakteristik pasar demokrasi yang dilakoninya. Dalam konteks pasar demokrasi Indonesia, setidaknya ada empat karakteristik pasar demokrasi pasca reformasi. Pertama, pasar demokrasi yang menganut paham klasik "suara rakyat suara Tuhan". Kedua, pasar demokrasi selalu mengikuti perkembangan budaya setempat (kebiasaan pemilih) meliputi tingkat emosi, etika dan komunikasi yang baik dalam kehidupan sosial kemasyarakatannya. Ketiga, terjadinya pencerdasan pemilih secara alami, dari pemilih pragmatis menjadi pemilih kalkulatif. Keempat, pasar demokrasi selalu menuntut setumpuk modal untuk berinvestasi dalam pasar demokrasi. Para politisi Indonesia pada umumnya mengakui keempat karakter pasar demokrasi tersebut sebagai penentu kemenangan.¹⁴

Kondisi industri politik dalam pasar demokrasi yang cenderung berpihak kepada individu atau kelompok yang memiliki modal besar, bukan berarti menutup peluang individu atau kelompok lain yang kurang memiliki modal untuk menjadi pemenang. Fakta dari beberapa hasil pemilihan kepala daerah (pilkada) menunjukkan, ada juga kandidat yang tidak mengeluarkan banyak modal bisa menjadi pemenang.

¹⁴ Mage, Ruslan Ismail. (2012). Berpolitik Dengan Berbiaya Murah, Thafa Media, Yogyakarta, hal 16

Pada ranah ini, dibutuhkan kecerdasan intelektual seorang calon pemimpin untuk memahami strategi, karena kalau tidak memahami kiat-kiat sukses berinvestasi dalam industri politik, maka berapapun modal yang disiapkan tidak akan pernah cukup, di industri politik dibutuhkan investasi politik jangka pendek dan jangka panjang.

Investasi politik itu erat kaitannya dengan sebuah proses panjang yang dilakukan untuk mencari dan menyebarkan pengaruh di tengah masyarakat dalam rangka mendapatkan dukungan publik di bursa demokrasi (pemilihan).¹⁵

Dalam mendekati pasar politik jelang pemilihan kepala daerah, tentu dibutuhkan sebuah strategi atau pendekatan untuk mendapat perhatian dan minat pemilih untuk membeli produk politik setiap kandidat. Elit-elit lokal yang berkomeptisi dalam pemilihan umum kepala daerah di NTB berupaya untuk meraih dukungan masyarakat pemilih dengan menggunakan beberapa strategi pemasaran politik. Setelah terbentuknya visi-misi politik, kemudian dijabarkan ke dalam program-program kerja atau kebijakan yang akan mengangkat harkat dan martabat masyarakat NTB.

Visi-misi dan program kerja setiap kontestan tersebut dipresentasikan sendiri secara langsung kepada masyarakat pemilih dan melalui tim pemenangannya, dengan cara turun langsung ke masyarakat, melalui media massa, dan melalui dukungan elit-elit organisasi sosial kemasyarakatan seperti dukungan dari elit *Nahdlatul Wathan* (NW), elit NU, dan elit Muhammadiyah NTB.

Lalu seperti apa penerapan *political marketing* oleh elit-elit lokal dalam pemilihan kepala daerah di NTB, bagaimana penerapannya di lapangan? Berikut adalah deskripsi penerapan *political marketing* yang ditempuh oleh beberapa elit lokal yang berlaga dalam beberapa kali momentum pemilihan umum kepala daerah di NTB.

A. Penerapan strategi push political Marketing

Sebagaimana yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya *push political marketing* adalah usaha seorang kandidat mendapatkan dukungan melalui *stimulant* yang diberikan kepada pemilih secara langsung. Strategi ini menurut Nursal dalam Firmanzah¹⁶ melihat bahwa masyarakat pemilih perlu mendapatkan dorongan dan energi untuk pergi ke bilik suara dan mencoblos kontestan.

Selain itu, kandidat atau partai politik perlu menyediakan alasan yang rasional maupun emosional kepada masyarakat pemilih untuk bisa memotivasi mereka agar tergerak dan bersedia mendukung kandidat yang diusungnya. Menurut Firmanzah, tanpa alasan-alasan ini, pemilih akan merasa ogah-ogahan karena tidak punya cukup alasan untuk menyuarakan aspirasi mereka.

Strategi ini, identik dengan aktivitas pemasaran politik yang digunakan oleh kandidat langsung kepada calon pemilih. Strategi ini digunakan oleh kandidat atau partai politik untuk mendapatkan dukungan melalui stimulan yang diberikan secara langsung kepada pemilih. Dalam hal ini, objek penelitian ini langsung bertatap muka dengan pemilih dan melakukan dialog dengan pemilih, mengkomunikasikan (baca, menawarkan) produk-produk politiknya.

Pada momentum Pemilihan Gubernur di NTB, setiap kandidat turun langsung ke masyarakat, salah satu contohnya adalah TGB.M. Zainul Majdi pada saat masa-masa kampanye selalu turun ke masyarakat memberikan pengajian-pengajian, pengajian itu bukan hanya di komunitas NW, tapi juga di tempat-tempat masjid taklim yang dikelola oleh NU dan Muhammadiyah. Kegiatan tersebut dapat dikatakan sebagai strategi untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat NU dan Muhammadiyah.

¹⁵ Mage, Ruslan Ismail. (2012). Berpolitik Dengan Berbiaya Murah, Thafa Media, Yogyakarta., hal 17

¹⁶ Firmanzah.(2008). Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas, Jakarta Yayasan Obor Indonesia (YOI), hal 217

Itulah investasi politik jangka panjang yang ditanamkan M. Zainul Majdi, sehingga langkahnya tersebut tidak mengagetkan pasar demokrasi NTB, karakter ketokohnya tidak dimunculkan secara tiba-tiba, tetapi benar-benar ia rawat jauh sebelum dan selama menjadi gubernur NTB. Momen-momen kandidat turun langsung ke masyarakat memiliki kesamaan, akan tetapi karena status elitnya berbeda maka bentuk-bentuk kegiatan pertemuan langsung dengan masyarakat pemilih berbeda beda.

B. Penerapan strategi Pull Political Marketing

Strategi ini diidentikkan dengan penggunaan media massa (cetak, elektronik, dan online). Artinya proses pemasaran produk politik melalui media massa. Media massa memiliki kemampuan dalam menggiring partisipasi politik warga, Nursal misalnya menempatkan media sebagai salah satu wadah pendulang suara dalam setiap kegiatan pemilihan.

Adapun Effendy¹⁷ menyebutkan bahwa saking berkuasanya media massa dalam mempengaruhi pikiran, perasaan, dan perilaku penduduk. Effendy meminjam pendapat Kevin Philips yang menyebut era sekarang lebih merupakan *mediacracy* (pemerintahan media), Daripada *democracy* (pemerintahan rakyat). Pendapat efendy tersebut ada benarnya, apalagi kalau dikaitkan dengan preferensi pilihan politik masyarakat pemilih. Media massa dijadikan sebagai rujukannya.

Penulis menemukan bahwa semua elit-elit lokal yang berkompetisi di beberapa momen pilkada NTB, seperti KH. Zulkifli Muhadli, TGH, Lalu Abdul Muhyi, TGH, Akhyar Abduh dan TGB. M. Zainul Majdi, secara massif menggunakan media massa untuk memperkenalkan diri, baik melalui udara (Radio, Televisi Lokal), maya (internet seperti Facebook, Twitter, Youtube) dan darat (Koran, Baliho, striker, spanduk, kalender).

Dalam kompetisi elektoral di tingkat lokal, penerapan strategi ini tidak memiliki perbedaan antara satu kandidat dengan kandidat yang lainnya, misalnya dalam penggunaan media cetak dan elektronik, semua kandidat yang bertarung, sama-sama menggunakan media untuk mensosialisasikan diri dan visi-misinya. Perbedaan dapat kita temukan hanya pada besar-kecilnya anggaran dana kampanye lewat media massa, hal ini turut mempengaruhi volume pemuatan pesan-pesan politik antar kandidat di media massa.

C. Penerapan strategi Pass Political Marketing

Strategi Pass political marketing, pemasaran produk politik melalui orang atau kelompok berpengaruh yang mampu mempengaruhi opini pemilih. Kelebihan dari proses ini adalah dengan melakukan *pass political marketing* dapat menekan biaya karena sudah memegang kepala kelompok pemilih, memudahkan koordinasi antara kandidat dengan *opinion leader*-nya, dan dapat dijadikan sebagai sumber penggalangan isu-isu di daerah pemilihan. Kelemahan dari *pass political marketing* adalah pada peneguhan dukungan jika tidak dikontrol dapat lepas, tidak semua kelompok terdapat *opinion leader*-nya dan sikap, dan kedewasaan dan kesadaran politik sudah mulai tumbuh di masyarakat sehingga pemilih dapat mengunduh dan memilah informasi yang berguna ataupun sebaliknya dari setiap visi misi dan janji-janji dari setiap kandidat.

Elit lokal yang berkompetisi dalam pemilihan umum kepala daerah di NTB, banyak menggunakan kelompok, komunitas, ormas untuk mendapatkan dukungan politik dari pemilih. Misalnya HM. Ali BD yang bertarung pada Pemilihan Gubernur NTB 2018 secara massif menampilkan komentar dan testimoni dari tokoh-tokoh agama, adat dan ormas untuk diterbitkan di media cetak setiap hari.

¹⁷ Firmanzah.(2008). Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas, Jakarta Yayasan Obor Indonesia (YOI), hal 162

HM. Ali Bin Dahlan, misalnya mempublikasikan komentar, pesan-pesan dan testimoni para tokoh dari kalangan tuan guru, pimpinan pesantren, tokoh adat dan budaya atas kiprah HM Ali Bin Dahlan selama menjadi Bupati, hal yang sama juga dilakukan oleh HM. Zainul Majdi, kedua kandidat yang pernah berkompetisi dalam pemilihan umum kepala daerah di NTB tersebut sama-sama menggunakan tokoh ormas dan masyarakat untuk menggaet hati pemilih, demikian juga dengan elit-elit lokal lainnya yang berkompetisi merebut kursi gubernur, bupati, wali kota, masih sering menggunakan jasa tokoh-tokoh masyarakat untuk menjadi pengepul suara.

Adapun, dukungan dari elit NU, NW, Muhammadiyah sangat diburu oleh semua kandidat agar mendapat simpati masyarakat pemilih, penulis mendapatkan bahwa elit-elit lokal seperti M. Zainul Majdi memanfaatkan kedekatan dirinya di berbagai macam momen atau kesempatan untuk bertemu langsung dengan jamaah NW, NU, Muhammadiyah, melalui pengajian-pengajian umum yang banyak melibatkan jamaah dan anggota ormas Islam tersebut di akar rumput. Dukungan para elit-elit lokal yang ada di ormas NU, Muhammadiyah dan sebagainya itu sebenarnya adalah muara dari hubungan relasional antar sesama elit lokal (*tuan guru*), hubungan relasional itu sudah terbangun jauh sebelum mereka terjun ke dunia politik praktis.

Intensitas pertemuan-pertemuan informal dalam momen pengajian-pengajian ini biasa dilakukan pada hari-hari libur kerja, seperti hari sabtu, dan pada momen-momen hari jum'at dengan menjadi khotib dan imam sholat jum'at, sedangkan terkait dengan pertemuan-pertemuan bersama organisasi keagamaan, para kandidat biasa mendatangi komunitas-komunitas ormas tersebut.

IV. Kesimpulan

Pendekatan *political marketing* digunakan oleh semua elit lokal yang berkompetisi dalam meraih simpati dan empati pemilih dalam pemilihan umum kepala daerah di NTB. Hasil akhirnya kemudian adalah siapa yang paling massif menggunakan dan menerapkan semua strategi tersebut berhasil keluar sebagai pemenangnya. Salah satunya adalah TGB. M. Zainul Majdi berhasil memimpin NTB dua periode, kemudian Dr. KH. Zulkifli Muhadli berhasil memimpin Sumbawa Barat selama dua periode, TGH Akhyar Abduh Berhasil memimpin Mataram selama dua periode, Suhaili FT berhasil melanggengkan kepemimpinannya selama dua periode di Lombok tengah. Hal yang sama dilakukan oleh TGH. Najmul Akhyar Bupati Lombok Utara.

Adapun kesimpulan yang terkait dengan penerapan Political Marketing oleh elit lokal dalam pilkada di NTB, dapat disimpulkan sebagai berikut: Strategi *Push Political Marketing* elit lokal yang berkompetisi dalam pilkada NTB langsung turun ke masyarakat, dengan melakukan kegiatan-kegiatan sosial keagamaan, seperti pengajian, sholat jum'at keliling. Kemudian penerapan *Full Political Marketing*, hampir semua kandidat melakukan presentasi (promosi) politik melalui media massa, dan terakhir adalah penerapan *Pass Political Marketing*, strategi ini lebih ditekankan pada promosi politik melalui orang-orang berpengaruh di masyarakat, atau melalui organisasi sosial kemasyarakatan.

Peluang elit lokal yang berasal dari unsur-unsur keagamaan akan terus mendapatkan kursi kepemimpinan di ranah lokal, bergantung pada bagaimana mereka menggunakan dan menerapkan strategi komunikasi pemasaran politik, secara massif, terukur dan terkordinir dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, Leo. (2009), *Pilkada dan Dinamika Politik Lokal*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Arifin, Anwar. (2011). *Komunikasi Politik Filsafat-paradigmatik-teori-tujuan-strategi dan komunikasi politik di Indonesia*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Cangara, Hafied. (2009). *Komunikasi Politik*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Firmanzah.(2008). *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta Yayasan Obor Indonesia (YOI).
- Kaid, Lynda Lee (Editor). (2004). *Handbook Of Political Communication Research*, London, Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Mage, Ruslan Ismail. (2012). *Berpolitik Dengan Berbiaya Murah*, Thafa Media, Yogyakarta.
- Nursal, Adman.(2004). *Political Marketing Strategi Memenangkan Pemilu Sebuah Pendekatan Baru Kampanye Pemilihan DPR, DPD, Presiden*, PT Gramedia, Jakarta.
- Nurpati, Andi. (2013). *Dilema Eksistensi Pendidikan Politik Studi Atas Partisipasi Pemilih Dalam Pemilu*, Yarsif Watampone, Jakarta.
- Sayuti, Solatun Dulah. (2014). *Komunikasi pemasaran politik*, Rosdakarya, Bandung.
- Subiakto, Henry, (2009). *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*, Yogyakarta, Kalasutra.
- Varma, SP. *Teori Politik Modern*. (2010). (terj) dari *Modern Political Theory* oleh Yohanes Kristiarto SL. Cet:ke-9, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Zuhro, R. Siti dkk. 2009. *Demokrasi Lokal Peran Aktor Dalam Demokratisasi*, Ombak, Yogyakarta.
- _____ (2011). *Model Demokrasi Lokal Jatim, Sumbar, Sulses dan Bali*, The Habibie Center, Jakarta.

JURNAL

- Andrew Lock and Phil Harris, *Political marketing – Vive la différence!* *European Journal of Marketing* 30,10/11 1996, pp. 14-24. © MCB University Press, 0309-0566.
- Haryanto, *Elit Politik Lokal dalam Perubahan Sistem Politik*, dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Volume 13, Nomor 2, November 2009 (131-148) ISSN 1410-4946 Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Rudi Subiakto, *Keterlibatan Kiai dalam Pilkada, studi pilkada Banjarnegara 2006*, dalam *Jurnal Ilmu Politik dan Ilmu Pemerintahan*, Vol. 1, No. 1, 2011 Univeritas Maritim Ali.

Pandangan Laki-Laki Terhadap Sosialisasi Program Keluarga Berencana (KB) Di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

Qudratullah^{a,1}, Nurul Fitrianti^b

^aMahasiswa Program Doktor Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar, 90245

^bMahasiswa Program Magister Kebidanan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin, 90245
¹qudratullahrustam@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:
Diterima Juli 2018
Direvisi Agustus 2018
Disetujui September 2018

ABSTRAKSI

Abstrak: Sosialisasi yang tepat tentang Program KB yang dipelopori oleh BKKBN dan Bidan Puskesmas perlu dilakukan dengan terjun langsung dalam lingkungan masyarakat dan melalui media massa untuk memberikan pemahaman, informasi-informasi program KB kepada seluruh masyarakat tanpa mengenal tingkat pendidikan, agama, serta strata sosial sebagai upaya pemerintah mengentaskan kemiskinan dengan cara mempersuasi masyarakat lebih dekat agar mereka dapat mengatur perkawinan, reproduksi, jarak kelahiran, serta memiliki jumlah anak yang ideal. Kendala sosialisasi program KB kadangkala selalu ditemukan, salah satunya di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng, yang mana memiliki Jarak dari ibu kota kecamatan + 2,5 km dan jarak dari ibu kota Kabupaten + 23 km. Jarak tempuh wilayah Desa Bonto Lojong dari Ibu kota Kabupaten Bantaeng + 35 menit. Desa Bonto Lojong memiliki luas wilayah 4.039,21 km² dengan jumlah Penduduk 2.890.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan pendekatan teori persepsi disajikan secara deskriptif analitik kualitatif. Dengan sumber data primer dan sekunder yang dimiliki, serta teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi, akan cukup digunakan untuk mencapai tujuan penelitian ini yaitu untuk menggambarkan secara komprehensif tentang berbagai pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.

Kesimpulan dari penelitian ini di dapat bahwa laki-laki di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng belum pernah mendapatkan sosialisasi secara langsung dari pihak tertentu mengenai program KB sehingga pemahaman mereka tidak begitu banyak mengenai program KB. Sedangkan untuk mengenai sosialisasi iklan KB di televisi, dianggap belum efektif dan kurang berpengaruh bagi masyarakat di desa itu.

Abstract : Socialization properly of family planning (KB) programs spearheaded by BKKBN and Puskesmas's Midwives needs to be done in the community directly and through the mass media to provide understanding, information of KB programs to all communities without knowing the level of education, religion, and social strata, as a government efforts for alleviate poverty by closer persuading to the people so that they could regulate their marriage, reproduction, birth spacing, and have the ideal number of their children. Constraints on the socialization of KB programs are sometimes always found, one of which is in the village of Bonto Lojong, Ulu Ere Subdistrict, Bantaeng Regency, which has a distance from the capital of the subdistrict + 2.5 km and the distance from the capital of the District + 23 km. Distance of Bonto Lojong

Kata Kunci:

Program KB,
Sosialisasi,
Teori Persepsi

Keywords:

KB Program,
Socialization,
Perception theory

Village from Bantaeng Regency + 35 minutes. Bonto Lojong Village has an area of 4,039.21 km² with a population of 2,890.

This research uses qualitative research methods, with a perception theory and approach presented with qualitative analytical descriptive. Primary and secondary data sources that are owned, as well as data collection techniques through observation, in-depth interviews and documentation, it will be sufficient to be used to achieve the objectives of this research, namely to describe comprehensively the various views of the community towards the socialization of KB programs in the village of Bonto Lojong, Ulu Ere District Bantaeng.

The conclusion of this research are that men in Bonto Lojong Village, Ulu Ere Subdistrict, Bantaeng District have never received direct socialization from certain parties regarding the KB program so that their understanding is not so much about the KB program, also for the socialization of KB advertisements on television, it is considered ineffective and less influential for the people in the village

I. Pendahuluan

Keluarga berencana hadir meningkatkan kualitas hidup manusia di tingkat kampung atau yang setara melalui program kependudukan, keluarga berencana dan pembangunan keluarga serta pembangunan sektor terkait dalam rangka mewujudkan keluarga kecil berkualitas. Dengan hadirnya program keluarga berencana, diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memutuskan mata rantai kemiskinan. Program yang dipelopori oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana juga merupakan langkah pemerintah dalam upaya mengentaskan kemiskinan dengan cara mengatur perkawinan, reproduksi, jarak kelahiran, dan jumlah anak ang ideal.

Olehnya, perlu sosialisasi yang tepat agar program pemerintah tersebut dapat tepat sasaran, berguna dengan baik, efektif dan juga efisien. Sosialisasi yang biasanya dilakukan oleh pihak BKKBN dan juga Bidan Puskesmas dilakukan dengan terjun langsung dalam lingkungan masyarakat dengan memberikan pemahaman program KB kepada seluruh masyarakat tanpa mengenal tingkat pendidikan, agama, serta strata sosial.

Menurut David A. Goslin, sosialisasi merupakan proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakat.¹ Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi merupakan bagaimana seseorang didalam proses belajar, memahami, menanamkan didalam dirinya untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar individu tersebut dapat diterima serta berperan aktif di dalam kelompok masyarakat.

Sosialisai program KB tidak hanya dilakukan sekedar terjun langsung kepada masyarakat, tetapi juga melalui media massa. Di antara sosialisasi yang dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yakni iklan di televisi, radio dan media cetak dan online. Selain itu, media massa juga tidak jarang digunakan dalam menyampaikan informasi-informasi terkait program KB dengan tujuan dapat mempersuasi masyarakat lebih dekat tanpa harus berinteraksi secara langsung.

Namun, sosialisasi program KB dilakukan dengan berbagai cara tidak dipungkiri memiliki keterbatasan dan juga kendala. Salah satunya masyarakat yang mampu memahami secara spesifik iklan KB di televisi dengan keterbatasan yang ada, seperti tingkat pendidikan rendah dan bahasa. Sosialisasi yang beragam perlu untuk dimaksimalkan dengan tidak memperhatikan dampak dan juga efektif serta efesiennya cara yang digunakan sehingga program yang ditawarkan dapat diserap dan diterima oleh masyarakat banyak.

¹ David A. Goslin dalam Ihrom, Bunga Rampai Sosiologi Keluarga (Jakarta:Yayasan Obor Indonesia,2004), h. 30

Dari sosialisasi yang dilakukan oleh pihak BKKBN dan juga para Bidan Puskesmas, perlu diketahui bagaimana pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB. Dalam hal ini, peneliti menentukan tempat penelitian di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng dengan beberapa pertimbangan, di antaranya karena berada di bagian utara Kabupaten Bantaeng dan paling ujung dengan berbatasan langsung dengan ibu kota Kecamatan Ulu Ere yaitu Desa Bonto Marannu. Jarak dari ibu kota kecamatan + 2,5 km dan jarak dari ibu kota Kabupaten + 23 km. Jarak tempuh wilayah Desa Bonto Lojong dari Ibu kota Kabupaten Bantaeng + 35 menit. Desa Bonto Lojong memiliki luas wilayah 4.039,21 km² dengan jumlah Penduduk 2.890.²

Berdasarkan latar belakang yang dibahas sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana gambaran umum Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng? (2) Bagaimana pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng?

Adapun Tujuan Penelitian, berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini (1) Untuk mengetahui gambaran umum dan kehidupan masyarakat Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng (2) Untuk mengetahui pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

Dalam pelaksanaan Penelitian ini terdapat manfaat yang di dapat (1) Manfaat teoritis, untuk ilmu yang bersifat teoritis dan bagi studi yang bersifat ilmiah serta pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada disiplin ilmu Komunikasi Kesehatan (2) Manfaat praktis, diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam sosialisasi program KB yang lebih baik lagi.

II. Metodologi Penelitian

A. Jenis Penelitian

Sesuai dengan sifat permasalahan dan objek kajian, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deksriptif. Hal tersebut dilakukan guna menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena atau masalah yang diteliti, seperti sifat-sifat individu, keadaan, gejala kelompok tertentu atau menentukan ada tidaknya hubungan antara satu gejala dengan gejala lainnya di dalam masyarakat. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk katakata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.³ Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi-situasi tertentu termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses yang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dalam fenomena.⁴

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.

C. Focus Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi focus penelitian adalah pertanyaan tentang Sosialisasi, Program Keluarga Berencana (KB) serta Pandangan itu sendiri.

² <http://pemdeSBontolojong.blogspot.com/2016/12/letak-geografis.html> (Diakses pada 20 Juli 2018)

³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2005), h. 6

⁴ Sunadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Remaja Rosda Karya, 2005), h. 75

D. Sasaran dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data utama atau primer dan data kedua atau sekunder. Data yang peneliti dapatkan dari informan lain hanya untuk memperkaya data yang peneliti peroleh dari data utama. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Lofland dalam Moleong bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁵ Sasaran utama penelitian ini adalah masyarakat yang merupakan penduduk Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam tradisi penelitian kualitatif adalah manusia atau orang yakni peneliti sendiri dengan menggunakan alat bantu berupa catatan, *tape recorder*, dan *camera*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Moleong bahwa orang (peneliti) sebagai instrumen memiliki senjata yang secara luwes dapat digunakannya.⁶

Catatan, *tape recorder*, dan *camera* hanya digunakan sebagai alat bantu dalam melakukan penelitian. Oleh karena itu, sebagai instrumen penelitian, peneliti melakukan pemahaman makna data yang peneliti peroleh di lapangan. Sebagaimana diungkapkan Danim bahwa meskipun peneliti menggunakan beberapa alat bantu dalam pengumpulan data, data-data yang dikumpulkan perlu ditunjang oleh pemahaman yang mendalam tentang makna data-data yang diperoleh.⁷

F. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer berasal dari sumber yang asli dan dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian.⁸ Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya yang biasanya berupa dokumen atau laporan.⁹

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Observasi (2) Wawancara mendalam, merupakan metode yang banyak digunakan untuk mendapatkan informasi dari masyarakat.¹⁰ (3) Dokumentasi

H. Teknik Analisis Data

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yakni menggambarkan secara komprehensif tentang berbagai pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng, maka digunakan pendekatan teori persepsi dengan menyajikan secara deskriptif analitik kualitatif

III. Hasil Penelitian

A. Gambaran Umum Desa Bonto Lojong

1) Letak Desa

Desa Bonto Lojong adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Ulu Ere yang berada di bagian utara Kabupaten Bantaeng. Jarak dari ibu kota kecamatan + 2,5 km dan jarak dari ibu kota Kabupaten + 23 km. Jarak tempuh wilayah Desa Bonto Lojong dari Ibu kota Kabupaten Bantaeng + 35 menit. Desa Bonto Lojong memiliki luas wilayah 4.039,21 km², dengan potensi alam yang sangat produktif seperti lahan pertanian, perkebunan dan hutan.

⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2005) hal 112

⁶ *Ibid*, hal 9

⁷ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung : Pustaka Setia 2002), h. 60

⁸ R Donald Cooper, C. William Emory, *Metode Penelitian Bisnis, Alih Bahasa Gunawan, Imam Nurmawan* (Jakarta : Erlangga, 1999), h. 256

⁹ Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998), h. 91

¹⁰ Fred N. Kerlinger, *Foundations of Behavioral Research*, (New York: Rinehart and Winston, inc, 1973), h. 269

Adapun batas-batas desa sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kabupaten Gowa, Kabupaten Sinjai
- Sebelah Selatan : Desa Bonto Tannga, Desa Bonto Bulaeng
- Sebelah Timur : Kab. Bulukumba, Desa Kayu Loe, Desa Pa'bumbungan
- Sebelah Bara : Kab. Jeneponto, Desa Bonto Marannu

2) *Administrasi Desa*

Pusat pemerintahan Desa Bonto Lojong terletak di Dusun Bangkeng Bonto dan untuk menuju Kantor Desa Secara administratif Desa Bonto Lojong terbagi atas 7 Dusun dan terdiri dari 14 RK dan 25 RT.

Setiap dusun dipimpin oleh seorang Kepala Dusun dibantu oleh Ketua RK dan Ketua RT. Sistem pemerintahan yakni, Camat sebagai penyelenggara tugas umum Pemerintahan desa dan kepala desa pada dasarnya bertanggungjawab kepada masyarakat desa dan prosedur pertanggungjawaban disampaikan ke Bupati melalui Camat. Kemudian dari pada itu kepala desa bersama dengan BPD wajib memberikan keterangan laporan pertanggungjawaban kepada masyarakatnya.

3) *Topografi Desa*

Desa Bonto Lojong merupakan daerah pegunungan dengan ketinggian + 2.200-1500 meter diatas permukaan laut (mdpl)

4) *Iklm dan Curah Hujan*

Desa Bonto Lojong memiliki iklim tropis dan dua musim yaitu musim hujan dan musim kemarau, pada musim hujan semua lahan pertanian akan di tanami beberapa jenis tanaman dan sangat cocok dengan berbagai jenis tanaman Hortikultura seperti: kol, kentang, wortel dan bawang merah dan juga tanaman jangka panjang seperti kopi cengkeh dan sekarang dikembangkan tanaman apel dan strowberry pada musim kemarau tidak semua lahan pertanian dapat di tanami karena sumber irigasinya belum merata di seluruh areal pertanian di Desa Bonto Lojong.¹¹



Gambar: Peta Desa Bonto Lojong

¹¹ <http://pemdesbontolojong.blogspot.com/2016/12/letak-geografis.html> diakses Maret 2018

Mata Pencapaian

No	JENIS PEKERJAAN POKOK	DUSUN														JUMLAH	%
		Bissawali		Lannyng 2		Kayu Tanning		Bangkeng Bonto		Lannyng I		Buakang Paliang		Muntea			
		L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P		
1.	Petani	160	200	120	108	230	152	220	140	200	140	109	100	218	110	2207	74,6
2.	PNS	0	0	0	0	0	0	5	4	0	0	0	0	0	1	10	0,3
3.	Buruh Tani	4	0	2	0	1	0	2	0	0	2	0	0	4	0	15	0,2
4.	Pedagang	3	1	2	3	3	1	4	2	1	1	2	1	1	0	25	0,7
5.	Belum bekerja	52	42	61	100	47	50	50	50	50	18	40	51	30	77	718	24,2
	Jumlah	219	243	185	211	281	203	281	196	251	162	151	152	253	188	2975	100%

Usia

NO	UMUR	BISSAW ALI		DUSUN LANNYING 2		DUSUN BANGKENG BONTO		DUSUN LANNYING I		DUSUN BUAKANG PALIANG		DUSUN KAYU TANNING		DUSUN MUNTEA		TOTAL	%
		L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P		
1	0 s/d 12 Bln	3	2	2	3	3	1	2	2	3	2	1	2	2	1	29	2,6
2	1 s/d 6 Thn	12	10	21	8	19	14	19	22	9	4	8	10	6	9	171	5,8
3	7 s/d 15 Thn	87	60	79	81	91	90	67	88	40	81	50	56	66	24	960	3,5
4	16 s/d 25 Thn	44	40	27	41	50	30	43	54	60	30	31	56	43	42	591	16,0
5	26 s/d 45 Thn	71	39	42	40	39	40	51	61	47	48	60	33	42	40	653	5,6
6	46 s/d 59 Thn	40	25	21	23	41	32	40	46	31	32	40	51	41	9	472	2,8
7	60Thn Keatas	8	6	9	10	5	7	5	6	5	6	7	4	5	7	90	18,7
Grand Total		265	182	201	206	248	214	227	279	195	203	197	212	205	132	2966	100%
Total Keseluruhan		447		407		462		506		398		409		337		2966	

Jenis Kelamin

Jenis	DUSUN							TOTAL
	BANGKENG BONTO	KAYU TANNING	BISSAWALI	LANNYING 1	LANNYING 2	BUAKANG PALIANG	MUNTEA	
Laki-laki	239	186	200	111	322	195	166	1419
Perempuan	320	164	183	206	308	160	206	1547
Jumlah	559	350	383	317	630	355	372	2966

Tingkat Pendidikan

No	Klasifikasi Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)
1	Belum Sekolah	153
2	Tidak Tamat SD	1.396
3	Tamat SD / Sederajat	607
4	Tamat SLTP / Sederajat	64
5	Tamat SLTA / Sederajat	78
6	Sarjana	18
	Total	2.316

File Profil Desa Bonto Lojong¹²

Data Informan

No.	Nama	Usia	Pendidikan
1.	Basri	40 Tahun	SD
2.	Sangkala	45 Tahun	SD
3.	Jamal	30 Tahun	SMA
4.	Ansar	43 Tahun	SMA
5.	Saring	34 Tahun	SD

^{a.} Sumber: Olah Data Peneliti (2018)

B. Pandangan Masyarakat terhadap Sosialisasi Program KB

1) Program Keluarga Berencana

Untuk mewujudkan penduduk Indonesia yang berkualitas maka pemerintah memiliki visi dan misi baru. Visi baru pemerintah tersebut yaitu mewujudkan "Keluarga yang berkualitas". Keluarga yang berkualitas adalah keluarga yang sejahtera, sehat, maju, mandiri, mempunyai jumlah anak ideal, berwawasan kedepan, bertanggung jawab, harmonis, dan bertaqwa kepada Tuhan yang maha esa. Program KB tersebut adalah peningkatan kualitas di segala bentuk serta kesetaraan dan keadilan gender melalui pemberdayaan perempuan serta peningkatan partisipasi pria.¹³

KB sendiri merupakan singkatan dari Keluarga Berencana. Menurut WHO, KB adalah tindakan yang membantu individu/pasangan suami istri menghindari kelahiran yang tidak diinginkan, mendapatkan kelahiran yang diinginkan, mengatur interval di antara kehamilan, dan menentukan jumlah anak dalam keluarga.¹⁴ KB adalah sebuah metode yang bertujuan untuk mengatur jumlah anak sesuai kehendak yang setiap pasangan, dan menentukan sendiri kapan seorang ibu ingin hamil.¹⁵

Secara bahasa kontrasepsi berasal dari kata kontra, berarti "mencegah" atau "melawan" dan konsepsi yang berarti pertemuan antara sel telur yang matang dan sel sperma yang mengakibatkan kehamilan. Jadi, kontrasepsi adalah menghindari terjadinya kehamilan akibat pertemuan sel telur matang dengan sel sperma. Kontrasepsi secara harfiah diartikan sebagai suatu alat atau metode yang digunakan untuk mencegah terjadinya kehamilan.¹⁶

Salah satu masalah yang menonjol dalam program keluarga berencana adalah rendahnya keikutsertaan pria/suami dalam pelaksanaan program KB. Berdasarkan data Kementerian Kesehatan RI tahun 2012, persentase peserta KB berdasarkan jenis kelamin adalah peserta perempuan mencapai 93,66% dan peserta KB laki-laki hanya berkisar 6,34%. Dengan melihat sekilas persentase penggunaan KB terbanyak di Indonesia dapat langsung diketahui bahwa

¹² <https://drive.google.com/file/d/0B6YGrcFgdjEPSzVWWWFuVE82ejQ/view> , diakses Maret 2018

¹³ BKKBN, 2013.

¹⁴ Ari Sulistyawati, Pelayanan Keluarga Berencana (Jakarta: Salemba Media, 2013), h. 13

¹⁵ Irianto, Koes, *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Bandung; Alfabet. 2014) hal 52

¹⁶ BKKBN, 2

terjadi dominansi yang sangat besar pada penggunaan kontrasepsi perempuan dibandingkan dengan laki-laki.¹⁷

Perempuan dan laki-laki mempunyai peran dan tanggung jawab yang sama dalam meningkatkan kualitas kesehatan reproduksinya, termasuk KB dan pengasuhan anak, tetapi pada kenyataannya peran laki-laki masih rendah. Hal-hal yang sering dianggap sebagai isu gender dalam keluarga berencana sebagai berikut: a) kesetaraan ber-KB yang timpang antara laki-laki dan perempuan, ini menimbulkan anggapan bahwa dalam program KB perempuan selalu menjadi obyek/ sasaran; (b) perempuan tidak mempunyai kekuatan untuk memutuskan metode kontrasepsi yang diinginkan, antara lain karena ketergantungan pada keputusan suami, informasi yang kurang lengkap dari petugas kesehatan, penyediaan alat dan obat kontrasepsi yang tidak memadai ditempat pelayanan; (c) pengambilan keputusan: partisipasi pria dalam program KB sangat kecil dan kurang, namun kontrol terhadap perempuan dalam hal memutuskan untuk ber KB sangatlah dominan; (d) sebaliknya ada anggapan bahwa KB adalah urusan perempuan karena kodrat perempuan untuk hamil dan melahirkan.¹⁸

Adapun bentuk partisipasi pria dalam ber-KB dapat bersifat langsung maupun tidak langsung. Partisipasi pria atau suami secara langsung dalam program KB adalah menggunakan salah satu cara atau metoda pencegahan kehamilan seperti: metode senggama terputus, metode pantang berkala, kontrasepsi kondom, vasektomi, kontrasepsi lain yang sedang dikembangkan, sedangkan bentuk partisipasi secara tidak langsung seperti (a) memilih kontrasepsi yang cocok, yaitu kontrasepsi yang sesuai dengan keinginan dan kondisi istrinya; (b) membantu pasangannya dalam menggunakan kontrasepsi secara benar, seperti mengingatkan saat minum pil KB dan mengingatkan istri untuk kontrol; (c) membantu mencari pertolongan bila terjadi efek samping maupun komplikasi; (d) mengantar istri ke fasilitas pelayanan kesehatan untuk kontrol atau rujukan ; (e) mencari alternatif lain bila kontrasepsi yang digunakan saat ini terbukti tidak memuaskan; (f) menggantikan pemakaian kontrasepsi bila keadaan kesehatan istri tidak memungkinkan; (g) membantu menghitung waktu subur, apabila menggunakan metode pantang berkala.

Terdapat beberapa faktor atau alasan yang menyebabkan rendahnya partisipasi dan minat pria dalam menjadi akseptor KB. Menurut BKKBN, faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya partisipasi pria dalam KB adalah: (a) Terbatasnya sosialisasi dan promosi KB laki-laki (b) Adanya persepsi bahwa wanita-lah yang menjadi target program KB (c) Terbatasnya akses pelayanan KB (d) Tingginya harga yang harus dibayar untuk ber-KB (e) Tidak nyaman dalam penggunaannya (misalnya kondom) (f) Terbatasnya metode kontrasepsi laki-laki (g) Rendahnya pengetahuan laki-laki tentang KB (h) Kualitas pelayanan KB yang tidak memadai (i) Istri yang tidak mendukung suaminya ber-KB (j) Adanya stigmatisasi tentang KB laki-laki di masyarakat (k) Kondisi politik, sosial budaya, agama masyarakat dan komitmen pemerintah masih belum optimal dalam mendukung KB laki-laki di mana penerapan program kebijakan partisipasi laki-laki di lapangan masih belum optimal.¹⁹

2) *Persepsi*

Persepsi adalah asumsi atau pendapat yang dikeluarkan setelah melihat suatu objek. Lahry mendefinisikan persepsi sebagai proses yang digunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris. Data sensoris sampai kepada manusia melalui lima inderanya. Hasil penelitian telah mengidentifikasi dua jenis pengaruh dalam persepsi, yaitu pengaruh struktural dan pengaruh fungsional.²⁰

Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera kita (indera peraba, indera penglihat indera pencium, indera pengecap, dan indera pendengar), etensi, dan interpretasi.

¹⁷ Pusat Data dan Informasi Kemenkes RI, 2014

¹⁸ Ibid

¹⁹ Hartini. Pandangan Tokoh Agama dan Budaya Masyarakat Terhadap Pemakaian Alat Kontrasepsi. *Jurnal Kesetaraan dan Keadilan Gender*, Volume VI No. 2 Juni 2011, h 142-154

²⁰ Warner J. Severin dan James W. Tankard, Jr , *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa* (Cet. 5; Jakarta: Kencana, 2009), h. 83

Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Reseptor inderawi mata, telinga, kulit dan otot, hidung, dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar. Mata bereaksi terhadap gelombang cahaya, telinga terhadap gelombang suara, kulit terhadap temperatur dan tekanan, hidung terhadap bau-bauan, dan lidah terhadap rasa. Lalu rangsangan-rangsangan ini dikirimkan ke otak.²¹

Untuk lebih memahami persepsi, berikut adalah beberapa definisi lain persepsi :

Brian Fellows mendefinisikan persepsi sebagai proses yang memungkinkan sesuatu organisme menerima dan menganalisis informasi. Kemudian Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken mendefinisikan persepsi sebagai rasa yang memungkinkan seseorang memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungannya. Dan Philip Goodacre dan Jennifer Follers yang mendefinisikan persepsi sebagai proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan. Serta Joseph A. De Vito yang mendefinisikan persepsi adalah proses yang menjadikan seseorang sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi inderanya.²²

Dari beberapa pandangan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses mental untuk mengenali rangsangan yang memungkinkan seseorang memperoleh kesadaran akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi inderanya

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Beberapa prinsip penting mengenai persepsi sebagaimana yang diungkapkan oleh Deddy Mulyana adalah sebagai berikut:

a) Persepsi berdasarkan pengalaman

Persepsi manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek, atau kejadian serupa, termasuk misalnya cara kita bekerja dan menilai pekerjaan yang baik bagi kita.

b) Persepsi bersifat selektif

Atensi sebagai bagian dari tahap persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor internal seperti faktor biologis (lapar dan haus), fisiologis (sehat, sakit, dan lelah), sosial budaya (pekerjaan, penghasilan, kebiasaan), dan psikologis (motivasi, pengharapan, dan keinginan).

c) Persepsi bersifat dugaan

Oleh karena itu informasi yang lengkap tidak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat penginderaan itu.

d) Persepsi bersifat evaluatif

Persepsi adalah proses kognitif psikologis dalam diri seseorang yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai, dan pengharapan untuk memaknai objek persepsi.

e) Persepsi bersifat kontekstual

Dari semua pengaruh dalam persepsi seseorang, konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Ketika seseorang melihat orang lain atau suatu objek dan kejadian tertentu, konteks rangsangan sangat memengaruhi struktur kognitif, ekspektasi dan oleh karenanya juga persepsi seseorang.

f) Kategori Persepsi

Kategori persepsi dalam diri manusia terbagi atas dua bagian yaitu persepsi terhadap lingkungan fisik dan persepsi terhadap sosial. Kedua jenis persepsi tersebut masing-masing memiliki perbedaan yang signifikan.

²¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Cet. 12; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2008), h. 181

²² *Ibid*, hal 180

Yang pertama, persepsi lingkungan fisik merupakan proses penafsiran terhadap objek-objek yang tidak bernyawa di sekitar lingkungan masyarakat. Terkadang dalam memberikan pandangan terhadap lingkungan fisik kita melakukan kekeliruan karena indera kita biasanya menipu dan itulah yang dikatakan sebagai ilusi. Persepsi terhadap objek ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu latarbelakang pengalaman, budaya, psikologis, dan sebagainya.

Yang kedua adalah persepsi terhadap sosial yang merupakan proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang dialami dalam lingkungan manusia. Oleh karena itu manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap suatu objek akan mengandung resiko. Duanya akan saling memengaruhi. Setiap orang memiliki pandangan yang berbeda terhadap lingkungan sosialnya.

Poin pertama, yakni mengenai sosialisasi dan promosi KB dalam deretan faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya partisipasi pria dalam KB, menjadi hal yang perlu diperhatikan. Beberapa informan memberikan pandangannya mengenai sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng. Di antaranya Basri, tidak begitu mengetahui program KB yang ditawarkan pemerintah. Menurutnya, sosialisasi program KB belum dirasakan dampaknya karena tidak banyak dilakukan sosialisasi.²³

“Kalau sosialisasi jarang sekali. Dari pihak puskesmas juga jarang ada yang lakukan sosialisasi. Saya sedikit tahu KB hanya dari istri. Jadi hanya kami yang saling memberikan pemahaman”

Sama halnya dengan Basri, Sangkala juga mengungkapkan bahwa jarang ia mendapatkan sosialisasi pemahaman program KB pada laki-laki. Padahal menurutnya KB sangat bagus meskipun belum begitu dalam mengetahui tujuan dari KB.²⁴

“KB itu sebenarnya bagus walaupun saya belum tahu betul tujuan dari KB itu. Bahkan kondom sering saya dengar tapi tidak diketahui bentuknya. Saya juga menganggap kalau memakai kondom dalam berhubungan suami isteri itu merupakan hal yang memalukan.

Mengenai sosialisasi langsung dari beberapa pihak, Jamal juga mengungkapkan sedikit mengetahui tentang KB tapi menyadari bahwa ia juga tidak begitu banyak tahu. Kebanyakan informasi yang didapat mengenai program KB hanya didapatkan dari informasi online dengan dukungan jaringan internet.

“Saya sedikit tahu KB, tapi tidak tahu banyak juga. Informasi tidak didapatkan dari sosialisasi langsung dari pihak BKKBN ataupun puskesmas. Saya hanya mendapatkan informasi yang bersumber online dengan dukungan jaringan internet.

Selain itu, Ansar juga mengaku sering mendengar program KB tapi hanya ditujukan kepada perempuan saja. Tidak ditujukan kepada laki-laki.

“Saya sering dengar KB tapi yang saya tahu KB itu Cuma ditujukan untuk perempuan saja. Laki-laki tidak usah repot. Tapi saya tahu tujuannya KB yakni untuk mengurangi anak. Untuk kondom sendiri tidak pernah diberikan sama pihak puskesmas maupun BKKBN. Padahal saya menerima saja program KB walaupun untuk laki-laki, dan itu bukanlah sebuah hal yang memalukan. Sosialisasi dari pihak-pihak tertentu memang belum pernah saya dapatkan”

Kemudian, Saring mengaku belum paham terkait program KB dan juga belum mengemukakan bahwa ia belum pernah menerima sosialisasi dari pihak puskesmas dan BKKBN.

“Saya tidak tau apa itu KB. Sosialisasi juga tidak pernah saya dapat. Sekarang kalau mau KB saya suruh istri karena setahu saya KB itu memang untuk istri bukan suami”

²³ Warga Kecamatan Ulu Ere

²⁴ Warga Kecamatan Ulu Ere

Dari beberapa hasil wawancar di atas, dapat disimpulkan bahwa laki-laki di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng belum pernah mendapatkan sosialisasi secara langsung dari pihak tertentu mengenai program KB sehingga pemahaman mereka tidak begitu banyak mengenai program KB. Hal lain yang terungkap adalah para laki-laki menganggap KB hanya ditujukan kepada istri saja tanpa adanya KB untuk laki-laki minimal menggunakan kondom.

Selain sosialisasi secara langsung, para informan juga memiliki pandangan mengenai sosialisasi program KB melalui iklan layanan di televisi. Basri mengemukakan bahwa iklan televisi mengenai program KB tidak berpengaruh baginya karena tidak memahami apa yang disampaikan. Sumber informasi KB satu-satunya adalah puskesmas.

“Saya tidak begitu paham kalau iklan KB di televisi. Tidak berpengaruh menurut saya. Saya hanya dapat informasi KB di puskesmas, itupun kalau saya kebetulan berkunjung ke sana”

Bersamaan dengan hal tersebut, Saring juga mengemukakan bahwa ia tidak terpengaruh dari iklan KB untuk melakukan KB bersama istri.²⁵

“Kalau iklan KB televisi tidak ada pengaruhnya. Saya kadang saling komunikasi saja sama istri kalau mau KB. Katanya untuk tidak punya anak dulu”

Sangkala bahkan mengaku tidak tau kalau ada iklan KB di televisi. Menurututnya hal-hal semavam itu hanya ia dapatkan di puskesmas saja.

“Saya tidak tahu kalau ada iklan KB. Yang sata tahu informasi begitu hanya ada di puskesmas saja”

Ansar dan Jamal juga mengaku tidak terlalu memperhatikan pengaruh dari iklan KB televisi. Menurut mereka, iklan tidak ada hal yang menarik dan belum diketahui pasti manfaat penyampaiannya setelah menonton.²⁶

Dari beberapa hasil wawancara mengenai sosialisasi iklan KB di televisi, semua informan sepakat menganggap iklan KB di televisi belum efektif dan tidak memiliki pengaruh bagi mereka dan sebagian informan menganggap puskesmas sebagai satu-satunya pusat informasi mengenai program KB.

IV. Kesimpulan

Dari uraian hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa laki-laki di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng belum pernah mendapatkan sosialisasi secara langsung dari pihak tertentu mengenai program KB sehingga pemahaman mereka tidak begitu banyak mengenai program KB. Hal lain yang terungkap adalah para laki-laki menganggap KB hanya ditujukan kepada istri saja tanpa adanya KB untuk laki-laki minimal menggunakan kondom. Sedangkan untuk mengenai sosialisasi iklan KB di televisi, semua informan sepakat menganggap iklan KB di televisi belum efektif dan tidak memiliki pengaruh bagi mereka dan sebagian informan menganggap puskesmas sebagai satu-satunya pusat informasi mengenai program KB.

²⁵ Warga Kecamatan Ulu Ere

²⁶ Warga Kecamatan Ulu Ere

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 1998. Metode Penelitian. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Cooper, R Donald, C. William Emory. 1999. Metode Penelitian Bisnis, Alih Bahasa Gunawan, Imam Nurmawan. Jakarta. Erlangga.
- Danim, Sudarwan. 2002. Menjadi Peneliti Kualitatif .Bandung. Pustaka Setia.
- File Arsip Desa Bonto Lojong
- Hartini. 2011. Pandangan Tokoh Agama dan Budaya Masyarakat Terhadap Pemakaian Alat Kontrasepsi. Jurnal Kesetaraan dan Keadilan Gender, Volume VI No. 2 Juni.
- Ihrom, 2004. Bunga Rampai Sosiologi Keluarga. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia
- Irianto. 2014. Koes, Ilmu Kesehatan Masyarakat. Bandung; Alfabet..
- Kerlinger, Fred N. 1973. Foundations of Behavioral Research. New York. Rinehart and Winston. inc.
- Moleong, Lexy J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif .Bandung. PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar .Cet.12. 2008. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya Offset..
- Pusat Data dan Informasi Kemenkes RI. 2014.
- Severin, Warner J. dan James W. Tankard, Jr. 2009. Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa. Cet. 5. Jakarta. Kencana.
- Sulistiyawati, Ari. 2013. Pelayanan Keluarga Berencana. Jakarta. Salemba Media.
- Suryabrata. 2005. Metodologi Penelitian .Jakarta. PT. Remaja Rosda Karya.

Pandangan Laki-Laki Terhadap Sosialisasi Program Keluarga Berencana (KB) Di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

Qudratullah^{a,1}, Nurul Fitrianti^b

^aMahasiswa Program Doktor Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar, 90245

^bMahasiswa Program Magister Kebidanan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin, 90245
¹qudratullahrustam@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:
Diterima Juli 2018
Direvisi Agustus 2018
Disetujui September 2018

ABSTRAKSI

Abstrak: Sosialisasi yang tepat tentang Program KB yang dipelopori oleh BKKBN dan Bidan Puskesmas perlu dilakukan dengan terjun langsung dalam lingkungan masyarakat dan melalui media massa untuk memberikan pemahaman, informasi-informasi program KB kepada seluruh masyarakat tanpa mengenal tingkat pendidikan, agama, serta strata sosial sebagai upaya pemerintah mengentaskan kemiskinan dengan cara mempersuasi masyarakat lebih dekat agar mereka dapat mengatur perkawinan, reproduksi, jarak kelahiran, serta memiliki jumlah anak yang ideal. Kendala sosialisasi program KB kadangkala selalu ditemukan, salah satunya di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng, yang mana memiliki Jarak dari ibu kota kecamatan + 2,5 km dan jarak dari ibu kota Kabupaten + 23 km. Jarak tempuh wilayah Desa Bonto Lojong dari Ibu kota Kabupaten Bantaeng + 35 menit. Desa Bonto Lojong memiliki luas wilayah 4.039,21 km² dengan jumlah Penduduk 2.890.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deksriptif, dengan pendekatan teori persepsi disajikan secara deskriptif analitik kualitatif. Dengan sumber data primer dan sekunder yang dimiliki, serta teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi, akan cukup digunakan untuk mencapai tujuan penelitian ini yaitu untuk menggambarkan secara komprehensif tentang berbagai pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.

Kesimpulan dari penelitian ini di dapat bahwa laki-laki di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng belum pernah mendapatkan sosialisasi secara langsung dari pihak tertentu mengenai program KB sehingga pemahaman mereka tidak begitu banyak mengenai program KB. Sedangkan untuk mengenai sosialisasi iklan KB di televisi, dianggap belum efektif dan kurang berpengaruh bagi masyarakat di desa itu.

Abstract : Socialization properly of family planning (KB) programs spearheaded by BKKBN and Puskesmas's Midwives needs to be done in the community directly and through the mass media to provide understanding, information of KB programs to all communities without knowing the level of education, religion, and social strata, as a government efforts for alleviate poverty by closer persuading to the people so that they could regulate their marriage, reproduction, birth spacing, and have the ideal number of their children. Constraints on the socialization of KB programs are sometimes always found, one of which is in the village of Bonto Lojong, Ulu Ere Subdistrict, Bantaeng Regency, which has a distance from the capital of the subdistrict + 2.5 km and the distance from the capital of the District + 23 km. Distance of Bonto Lojong

Kata Kunci:

Program KB,
Sosialisasi,
Teori Persepsi

Keywords:

KB Program,
Socialization,
Perception theory

Village from Bantaeng Regency + 35 minutes. Bonto Lojong Village has an area of 4,039.21 km² with a population of 2,890.

This research uses qualitative research methods, with a perception theory and approach presented with qualitative analytical descriptive. Primary and secondary data sources that are owned, as well as data collection techniques through observation, in-depth interviews and documentation, it will be sufficient to be used to achieve the objectives of this research, namely to describe comprehensively the various views of the community towards the socialization of KB programs in the village of Bonto Lojong, Ulu Ere District Bantaeng.

The conclusion of this research are that men in Bonto Lojong Village, Ulu Ere Subdistrict, Bantaeng District have never received direct socialization from certain parties regarding the KB program so that their understanding is not so much about the KB program, also for the socialization of KB advertisements on television, it is considered ineffective and less influential for the people in the village

I. Pendahuluan

Keluarga berencana hadir meningkatkan kualitas hidup manusia di tingkat kampung atau yang setara melalui program kependudukan, keluarga berencana dan pembangunan keluarga serta pembangunan sektor terkait dalam rangka mewujudkan keluarga kecil berkualitas. Dengan hadirnya program keluarga berencana, diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memutuskan mata rantai kemiskinan. Program yang dipelopori oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana juga merupakan langkah pemerintah dalam upaya mengentaskan kemiskinan dengan cara mengatur perkawinan, reproduksi, jarak kelahiran, dan jumlah anak ang ideal.

Olehnya, perlu sosialisasi yang tepat agar program pemerintah tersebut dapat tepat sasaran, berguna dengan baik, efektif dan juga efisien. Sosialisasi yang biasanya dilakukan oleh pihak BKKBN dan juga Bidan Puskesmas dilakukan dengan terjun langsung dalam lingkungan masyarakat dengan memberikan pemahaman program KB kepada seluruh masyarakat tanpa mengenal tingkat pendidikan, agama, serta strata sosial.

Menurut David A. Goslin, sosialisasi merupakan proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakat.¹ Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi merupakan bagaimana seseorang didalam proses belajar, memahami, menanamkan didalam dirinya untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar individu tersebut dapat diterima serta berperan aktif di dalam kelompok masyarakat.

Sosialisai program KB tidak hanya dilakukan sekedar terjun langsung kepada masyarakat, tetapi juga melalui media massa. Di antara sosialisasi yang dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yakni iklan di televisi, radio dan media cetak dan online. Selain itu, media massa juga tidak jarang digunakan dalam menyampaikan informasi-informasi terkait program KB dengan tujuan dapat mempersuasi masyarakat lebih dekat tanpa harus berinteraksi secara langsung.

Namun, sosialisasi program KB dilakukan dengan berbagai cara tidak dipungkiri memiliki keterbatasan dan juga kendala. Salah satunya masyarakat yang mampu memahami secara spesifik iklan KB di televisi dengan keterbatasan yang ada, seperti tingkat pendidikan rendah dan bahasa. Sosialisasi yang beragam perlu untuk dimaksimalkan dengan tidak memperhatikan dampak dan juga efektif serta efesiennya cara yang digunakan sehingga program yang ditawarkan dapat diserap dan diterima oleh masyarakat banyak.

¹ David A. Goslin dalam Ihrom, Bunga Rampai Sosiologi Keluarga (Jakarta:Yayasan Obor Indonesia,2004), h. 30

Dari sosialisasi yang dilakukan oleh pihak BKKBN dan juga para Bidan Puskesmas, perlu diketahui bagaimana pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB. Dalam hal ini, peneliti menentukan tempat penelitian di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng dengan beberapa pertimbangan, di antaranya karena berada di bagian utara Kabupaten Bantaeng dan paling ujung dengan berbatasan langsung dengan ibu kota Kecamatan Ulu Ere yaitu Desa Bonto Marannu. Jarak dari ibu kota kecamatan + 2,5 km dan jarak dari ibu kota Kabupaten + 23 km. Jarak tempuh wilayah Desa Bonto Lojong dari Ibu kota Kabupaten Bantaeng + 35 menit. Desa Bonto Lojong memiliki luas wilayah 4.039,21 km² dengan jumlah Penduduk 2.890.²

Berdasarkan latar belakang yang dibahas sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana gambaran umum Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng? (2) Bagaimana pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng?

Adapun Tujuan Penelitian, berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini (1) Untuk mengetahui gambaran umum dan kehidupan masyarakat Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng (2) Untuk mengetahui pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

Dalam pelaksanaan Penelitian ini terdapat manfaat yang di dapat (1) Manfaat teoritis, untuk ilmu yang bersifat teoritis dan bagi studi yang bersifat ilmiah serta pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada disiplin ilmu Komunikasi Kesehatan (2) Manfaat praktis, diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam sosialisasi program KB yang lebih baik lagi.

II. Metodologi Penelitian

A. Jenis Penelitian

Sesuai dengan sifat permasalahan dan objek kajian, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deksriptif. Hal tersebut dilakukan guna menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena atau masalah yang diteliti, seperti sifat-sifat individu, keadaan, gejala kelompok tertentu atau menentukan ada tidaknya hubungan antara satu gejala dengan gejala lainnya di dalam masyarakat. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk katakata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.³ Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi-situasi tertentu termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses yang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dalam fenomena.⁴

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.

C. Focus Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi focus penelitian adalah pertanyaan tentang Sosialisasi, Program Keluarga Berencana (KB) serta Pandangan itu sendiri.

² <http://pemdeSBontolojong.blogspot.com/2016/12/letak-geografis.html> (Diakses pada 20 Juli 2018)

³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2005), h. 6

⁴ Sunadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Remaja Rosda Karya, 2005), h. 75

D. Sasaran dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data utama atau primer dan data kedua atau sekunder. Data yang peneliti dapatkan dari informan lain hanya untuk memperkaya data yang peneliti peroleh dari data utama. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Lofland dalam Moleong bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁵ Sasaran utama penelitian ini adalah masyarakat yang merupakan penduduk Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam tradisi penelitian kualitatif adalah manusia atau orang yakni peneliti sendiri dengan menggunakan alat bantu berupa catatan, *tape recorder*, dan *camera*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Moleong bahwa orang (peneliti) sebagai instrumen memiliki senjata yang secara luwes dapat digunakannya.⁶

Catatan, *tape recorder*, dan *camera* hanya digunakan sebagai alat bantu dalam melakukan penelitian. Oleh karena itu, sebagai instrumen penelitian, peneliti melakukan pemahaman makna data yang peneliti peroleh di lapangan. Sebagaimana diungkapkan Danim bahwa meskipun peneliti menggunakan beberapa alat bantu dalam pengumpulan data, data-data yang dikumpulkan perlu ditunjang oleh pemahaman yang mendalam tentang makna data-data yang diperoleh.⁷

F. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer berasal dari sumber yang asli dan dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian.⁸ Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya yang biasanya berupa dokumen atau laporan.⁹

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Observasi (2) Wawancara mendalam, merupakan metode yang banyak digunakan untuk mendapatkan informasi dari masyarakat.¹⁰ (3) Dokumentasi

H. Teknik Analisis Data

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yakni menggambarkan secara komprehensif tentang berbagai pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng, maka digunakan pendekatan teori persepsi dengan menyajikan secara deskriptif analitik kualitatif

III. Hasil Penelitian

A. Gambaran Umum Desa Bonto Lojong

1) Letak Desa

Desa Bonto Lojong adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Ulu Ere yang berada di bagian utara Kabupaten Bantaeng. Jarak dari ibu kota kecamatan + 2,5 km dan jarak dari ibu kota Kabupaten + 23 km. Jarak tempuh wilayah Desa Bonto Lojong dari Ibu kota Kabupaten Bantaeng + 35 menit. Desa Bonto Lojong memiliki luas wilayah 4.039,21 km², dengan potensi alam yang sangat produktif seperti lahan pertanian, perkebunan dan hutan.

⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2005)hal 112

⁶ Ibid, hal 9

⁷ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung : Pustaka Setia 2002), h. 60

⁸ R Donald Cooper, C. William Emory, *Metode Penelitian Bisnis, Alih Bahasa Gunawan, Imam Nurmawan* (Jakarta : Erlangga, 1999), h. 256

⁹ Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998), h. 91

¹⁰ Fred N. Kerlinger, *Foundations of Behavioral Research*, (New York: Rinehart and Winston, inc, 1973), h. 269

Adapun batas-batas desa sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kabupaten Gowa, Kabupaten Sinjai
- Sebelah Selatan : Desa Bonto Tannga, Desa Bonto Bulaeng
- Sebelah Timur : Kab. Bulukumba, Desa Kayu Loe, Desa Pa'bumbungan
- Sebelah Bara : Kab. Jeneponto, Desa Bonto Marannu

2) *Administrasi Desa*

Pusat pemerintahan Desa Bonto Lojong terletak di Dusun Bangkeng Bonto dan untuk menuju Kantor Desa Secara administratif Desa Bonto Lojong terbagi atas 7 Dusun dan terdiri dari 14 RK dan 25 RT.

Setiap dusun dipimpin oleh seorang Kepala Dusun dibantu oleh Ketua RK dan Ketua RT. Sistem pemerintahan yakni, Camat sebagai penyelenggara tugas umum Pemerintahan desa dan kepala desa pada dasarnya bertanggungjawab kepada masyarakat desa dan prosedur pertanggungjawaban disampaikan ke Bupati melalui Camat. Kemudian dari pada itu kepala desa bersama dengan BPD wajib memberikan keterangan laporan pertanggungjawaban kepada masyarakatnya.

3) *Topografi Desa*

Desa Bonto Lojong merupakan daerah pegunungan dengan ketinggian + 2.200-1500 meter diatas permukaan laut (mdpl)

4) *Iklm dan Curah Hujan*

Desa Bonto Lojong memiliki iklim tropis dan dua musim yaitu musim hujan dan musim kemarau, pada musim hujan semua lahan pertanian akan di tanami beberapa jenis tanaman dan sangat cocok dengan berbagai jenis tanaman Hortikultura seperti: kol, kentang, wortel dan bawang merah dan juga tanaman jangka panjang seperti kopi cengkeh dan sekarang dikembangkan tanaman apel dan strowberry pada musim kemarau tidak semua lahan pertanian dapat di tanami karena sumber irigasinya belum merata di seluruh areal pertanian di Desa Bonto Lojong.¹¹



Gambar: Peta Desa Bonto Lojong

¹¹ <http://pemesbontolojong.blogspot.com/2016/12/letak-geografis.html> diakses Maret 2018

Mata Pencaharian

No	JENIS PEKERJAAN POKOK	DUSUN														JUMLAH	%
		Bissawali		Lannyng 2		Kayu Tanning		Bangkeng Bonto		Lannyng I		Buakang Paliang		Muntea			
		L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P		
1.	Petani	160	200	120	108	230	152	220	140	200	140	109	100	218	110	2207	74,6
2.	PNS	0	0	0	0	0	0	5	4	0	0	0	0	0	1	10	0,3
3.	Buruh Tani	4	0	2	0	1	0	2	0	0	2	0	0	4	0	15	0,2
4.	Pedagang	3	1	2	3	3	1	4	2	1	1	2	1	1	0	25	0,7
5.	Belum bekerja	52	42	61	100	47	50	50	50	50	18	40	51	30	77	718	24,2
	Jumlah	219	243	185	211	281	203	281	196	251	162	151	152	253	188	2975	100%

Usia

NO	UMUR	BISSAW ALI		DUSUN LANNYING 2		DUSUN BANGKENG BONTO		DUSUN LANNYING I		DUSUN BUAKANG PALIANG		DUSUN KAYU TANNING		DUSUN MUNTEA		TOTAL	%
		L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P		
1	0 s/d 12 Bln	3	2	2	3	3	1	2	2	3	2	1	2	2	1	29	2,6
2	1 s/d 6 Thn	12	10	21	8	19	14	19	22	9	4	8	10	6	9	171	5,8
3	7 s/d 15 Thn	87	60	79	81	91	90	67	88	40	81	50	56	66	24	960	3,5
4	16 s/d 25 Thn	44	40	27	41	50	30	43	54	60	30	31	56	43	42	591	16,0
5	26 s/d 45 Thn	71	39	42	40	39	40	51	61	47	48	60	33	42	40	653	5,6
6	46 s/d 59 Thn	40	25	21	23	41	32	40	46	31	32	40	51	41	9	472	2,8
7	60Thn Keatas	8	6	9	10	5	7	5	6	5	6	7	4	5	7	90	18,7
Grand Total		265	182	201	206	248	214	227	279	195	203	197	212	205	132	2966	100%
Total Keseluruhan		447		407		462		506		398		409		337		2966	

Jenis Kelamin

Jenis	DUSUN							TOTAL
	BANGKENG BONTO	KAYU TANNING	BISSAWALI	LANNYING 1	LANNYING 2	BUAKANG PALIANG	MUNTEA	
Laki-laki	239	186	200	111	322	195	166	1419
Perempuan	320	164	183	206	308	160	206	1547
Jumlah	559	350	383	317	630	355	372	2966

Tingkat Pendidikan

No	Klasifikasi Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)
1	Belum Sekolah	153
2	Tidak Tamat SD	1.396
3	Tamat SD / Sederajat	607
4	Tamat SLTP / Sederajat	64
5	Tamat SLTA / Sederajat	78
6	Sarjana	18
	Total	2.316

File Profil Desa Bonto Lojong¹²

Data Informan

No.	Nama	Usia	Pendidikan
1.	Basri	40 Tahun	SD
2.	Sangkala	45 Tahun	SD
3.	Jamal	30 Tahun	SMA
4.	Ansar	43 Tahun	SMA
5.	Saring	34 Tahun	SD

^{a.} Sumber: Olah Data Peneliti (2018)

B. Pandangan Masyarakat terhadap Sosialisasi Program KB

1) Program Keluarga Berencana

Untuk mewujudkan penduduk Indonesia yang berkualitas maka pemerintah memiliki visi dan misi baru. Visi baru pemerintah tersebut yaitu mewujudkan "Keluarga yang berkualitas". Keluarga yang berkualitas adalah keluarga yang sejahtera, sehat, maju, mandiri, mempunyai jumlah anak ideal, berwawasan kedepan, bertanggung jawab, harmonis, dan bertaqwa kepada Tuhan yang maha esa. Program KB tersebut adalah peningkatan kualitas di segala bentuk serta kesetaraan dan keadilan gender melalui pemberdayaan perempuan serta peningkatan partisipasi pria.¹³

KB sendiri merupakan singkatan dari Keluarga Berencana. Menurut WHO, KB adalah tindakan yang membantu individu/pasangan suami istri menghindari kelahiran yang tidak diinginkan, mendapatkan kelahiran yang diinginkan, mengatur interval di antara kehamilan, dan menentukan jumlah anak dalam keluarga.¹⁴ KB adalah sebuah metode yang bertujuan untuk mengatur jumlah anak sesuai kehendak yang setiap pasangan, dan menentukan sendiri kapan seorang ibu ingin hamil.¹⁵

Secara bahasa kontrasepsi berasal dari kata kontra, berarti "mencegah" atau "melawan" dan konsepsi yang berarti pertemuan antara sel telur yang matang dan sel sperma yang mengakibatkan kehamilan. Jadi, kontrasepsi adalah menghindari terjadinya kehamilan akibat pertemuan sel telur matang dengan sel sperma. Kontrasepsi secara harfiah diartikan sebagai suatu alat atau metode yang digunakan untuk mencegah terjadinya kehamilan.¹⁶

Salah satu masalah yang menonjol dalam program keluarga berencana adalah rendahnya keikutsertaan pria/suami dalam pelaksanaan program KB. Berdasarkan data Kementerian Kesehatan RI tahun 2012, persentase peserta KB berdasarkan jenis kelamin adalah peserta perempuan mencapai 93,66% dan peserta KB laki-laki hanya berkisar 6,34%. Dengan melihat sekilas persentase penggunaan KB terbanyak di Indonesia dapat langsung diketahui bahwa

¹² <https://drive.google.com/file/d/0B6YGrcFgdjEPSzVWWWFuVE82ejQ/view> , diakses Maret 2018

¹³ BKKBN, 2013.

¹⁴ Ari Sulistyawati, Pelayanan Keluarga Berencana (Jakarta: Salemba Media, 2013), h. 13

¹⁵ Irianto, Koes, *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Bandung; Alfabet. 2014) hal 52

¹⁶ BKKBN, 2

terjadi dominansi yang sangat besar pada penggunaan kontrasepsi perempuan dibandingkan dengan laki-laki.¹⁷

Perempuan dan laki-laki mempunyai peran dan tanggung jawab yang sama dalam meningkatkan kualitas kesehatan reproduksinya, termasuk KB dan pengasuhan anak, tetapi pada kenyataannya peran laki-laki masih rendah. Hal-hal yang sering dianggap sebagai isu gender dalam keluarga berencana sebagai berikut: a) kesetaraan ber-KB yang timpang antara laki-laki dan perempuan, ini menimbulkan anggapan bahwa dalam program KB perempuan selalu menjadi obyek/ sasaran; (b) perempuan tidak mempunyai kekuatan untuk memutuskan metode kontrasepsi yang diinginkan, antara lain karena ketergantungan pada keputusan suami, informasi yang kurang lengkap dari petugas kesehatan, penyediaan alat dan obat kontrasepsi yang tidak memadai ditempat pelayanan; (c) pengambilan keputusan: partisipasi pria dalam program KB sangat kecil dan kurang, namun kontrol terhadap perempuan dalam hal memutuskan untuk ber KB sangatlah dominan; (d) sebaliknya ada anggapan bahwa KB adalah urusan perempuan karena kodrat perempuan untuk hamil dan melahirkan.¹⁸

Adapun bentuk partisipasi pria dalam ber-KB dapat bersifat langsung maupun tidak langsung. Partisipasi pria atau suami secara langsung dalam program KB adalah menggunakan salah satu cara atau metoda pencegahan kehamilan seperti: metode senggama terputus, metode pantang berkala, kontrasepsi kondom, vasektomi, kontrasepsi lain yang sedang dikembangkan, sedangkan bentuk partisipasi secara tidak langsung seperti (a) memilih kontrasepsi yang cocok, yaitu kontrasepsi yang sesuai dengan keinginan dan kondisi istrinya; (b) membantu pasangannya dalam menggunakan kontrasepsi secara benar, seperti mengingatkan saat minum pil KB dan mengingatkan istri untuk kontrol; (c) membantu mencari pertolongan bila terjadi efek samping maupun komplikasi; (d) mengantar istri ke fasilitas pelayanan kesehatan untuk kontrol atau rujukan ; (e) mencari alternatif lain bila kontrasepsi yang digunakan saat ini terbukti tidak memuaskan; (f) menggantikan pemakaian kontrasepsi bila keadaan kesehatan istri tidak memungkinkan; (g) membantu menghitung waktu subur, apabila menggunakan metode pantang berkala.

Terdapat beberapa faktor atau alasan yang menyebabkan rendahnya partisipasi dan minat pria dalam menjadi akseptor KB. Menurut BKKBN, faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya partisipasi pria dalam KB adalah: (a) Terbatasnya sosialisasi dan promosi KB laki-laki (b) Adanya persepsi bahwa wanita-lah yang menjadi target program KB (c) Terbatasnya akses pelayanan KB (d) Tingginya harga yang harus dibayar untuk ber-KB (e) Tidak nyaman dalam penggunaannya (misalnya kondom) (f) Terbatasnya metode kontrasepsi laki-laki (g) Rendahnya pengetahuan laki-laki tentang KB (h) Kualitas pelayanan KB yang tidak memadai (i) Istri yang tidak mendukung suaminya ber-KB (j) Adanya stigmatisasi tentang KB laki-laki di masyarakat (k) Kondisi politik, sosial budaya, agama masyarakat dan komitmen pemerintah masih belum optimal dalam mendukung KB laki-laki di mana penerapan program kebijakan partisipasi laki-laki di lapangan masih belum optimal.¹⁹

2) *Persepsi*

Persepsi adalah asumsi atau pendapat yang dikeluarkan setelah melihat suatu objek. Lahry mendefinisikan persepsi sebagai proses yang digunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris. Data sensoris sampai kepada manusia melalui lima inderanya. Hasil penelitian telah mengidentifikasi dua jenis pengaruh dalam persepsi, yaitu pengaruh struktural dan pengaruh fungsional.²⁰

Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera kita (indera peraba, indera penglihat indera pencium, indera pengecap, dan indera pendengar), etensi, dan interpretasi.

¹⁷ Pusat Data dan Informasi Kemenkes RI, 2014

¹⁸ Ibid

¹⁹ Hartini. Pandangan Tokoh Agama dan Budaya Masyarakat Terhadap Pemakaian Alat Kontrasepsi. *Jurnal Kesetaraan dan Keadilan Gender*, Volume VI No. 2 Juni 2011, h 142-154

²⁰ Warner J. Severin dan James W. Tankard, Jr , *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa* (Cet. 5; Jakarta: Kencana, 2009), h. 83

Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Reseptor inderawi mata, telinga, kulit dan otot, hidung, dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar. Mata bereaksi terhadap gelombang cahaya, telinga terhadap gelombang suara, kulit terhadap temperatur dan tekanan, hidung terhadap bau-bauan, dan lidah terhadap rasa. Lalu rangsangan-rangsangan ini dikirimkan ke otak.²¹

Untuk lebih memahami persepsi, berikut adalah beberapa definisi lain persepsi :

Brian Fellows mendefinisikan persepsi sebagai proses yang memungkinkan sesuatu organisme menerima dan menganalisis informasi. Kemudian Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken mendefinisikan persepsi sebagai rasa yang memungkinkan seseorang memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungannya. Dan Philip Goodacre dan Jennifer Follers yang mendefinisikan persepsi sebagai proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan. Serta Joseph A. De Vito yang mendefinisikan persepsi adalah proses yang menjadikan seseorang sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi inderanya.²²

Dari beberapa pandangan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses mental untuk mengenali rangsangan yang memungkinkan seseorang memperoleh kesadaran akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi inderanya

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Beberapa prinsip penting mengenai persepsi sebagaimana yang diungkapkan oleh Deddy Mulyana adalah sebagai berikut:

a) Persepsi berdasarkan pengalaman

Persepsi manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek, atau kejadian serupa, termasuk misalnya cara kita bekerja dan menilai pekerjaan yang baik bagi kita.

b) Persepsi bersifat selektif

Atensi sebagai bagian dari tahap persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor internal seperti faktor biologis (lapar dan haus), fisiologis (sehat, sakit, dan lelah), sosial budaya (pekerjaan, penghasilan, kebiasaan), dan psikologis (motivasi, pengharapan, dan keinginan).

c) Persepsi bersifat dugaan

Oleh karena itu informasi yang lengkap tidak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat penginderaan itu.

d) Persepsi bersifat evaluatif

Persepsi adalah proses kognitif psikologis dalam diri seseorang yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai, dan pengharapan untuk memaknai objek persepsi.

e) Persepsi bersifat kontekstual

Dari semua pengaruh dalam persepsi seseorang, konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Ketika seseorang melihat orang lain atau suatu objek dan kejadian tertentu, konteks rangsangan sangat memengaruhi struktur kognitif, ekspektasi dan oleh karenanya juga persepsi seseorang.

f) Kategori Persepsi

Kategori persepsi dalam diri manusia terbagi atas dua bagian yaitu persepsi terhadap lingkungan fisik dan persepsi terhadap sosial. Kedua jenis persepsi tersebut masing-masing memiliki perbedaan yang signifikan.

²¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Cet. 12; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2008), h. 181

²² Ibid, hal 180

Yang pertama, persepsi lingkungan fisik merupakan proses penafsiran terhadap objek-objek yang tidak bernyawa di sekitar lingkungan masyarakat. Terkadang dalam memberikan pandangan terhadap lingkungan fisik kita melakukan kekeliruan karena indera kita biasanya menipu dan itulah yang dikatakan sebagai ilusi. Persepsi terhadap objek ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu latarbelakang pengalaman, budaya, psikologis, dan sebagainya.

Yang kedua adalah persepsi terhadap sosial yang merupakan proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang dialami dalam lingkungan manusia. Oleh karena itu manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap suatu objek akan mengandung resiko. Duanya akan saling memengaruhi. Setiap orang memiliki pandangan yang berbeda terhadap lingkungan sosialnya.

Poin pertama, yakni mengenai sosialisasi dan promosi KB dalam deretan faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya partisipasi pria dalam KB, menjadi hal yang perlu diperhatikan. Beberapa informan memberikan pandangannya mengenai sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng. Di antaranya Basri, tidak begitu mengetahui program KB yang ditawarkan pemerintah. Menurutnya, sosialisasi program KB belum dirasakan dampaknya karena tidak banyak dilakukan sosialisasi.²³

“Kalau sosialisasi jarang sekali. Dari pihak puskesmas juga jarang ada yang lakukan sosialisasi. Saya sedikit tahu KB hanya dari istri. Jadi hanya kami yang saling memberikan pemahaman”

Sama halnya dengan Basri, Sangkala juga mengungkapkan bahwa jarang ia mendapatkan sosialisasi pemahaman program KB pada laki-laki. Padahal menurutnya KB sangat bagus meskipun belum begitu dalam mengetahui tujuan dari KB.²⁴

“KB itu sebenarnya bagus walaupun saya belum tahu betul tujuan dari KB itu. Bahkan kondom sering saya dengar tapi tidak diketahui bentuknya. Saya juga menganggap kalau memakai kondom dalam berhubungan suami isteri itu merupakan hal yang memalukan.

Mengenai sosialisasi langsung dari beberapa pihak, Jamal juga mengungkapkan sedikit mengetahui tentang KB tapi menyadari bahwa ia juga tidak begitu banyak tahu. Kebanyakan informasi yang didapat mengenai program KB hanya didapatkan dari informasi online dengan dukungan jaringan internet.

“Saya sedikit tahu KB, tapi tidak tahu banyak juga. Informasi tidak didapatkan dari sosialisasi langsung dari pihak BKKBN ataupun puskesmas. Saya hanya mendapatkan informasi yang bersumber online dengan dukungan jaringan internet.

Selain itu, Ansar juga mengaku sering mendengar program KB tapi hanya ditujukan kepada perempuan saja. Tidak ditujukan kepada laki-laki.

“Saya sering dengar KB tapi yang saya tahu KB itu Cuma ditujukan untuk perempuan saja. Laki-laki tidak usah repot. Tapi saya tahu tujuannya KB yakni untuk mengurangi anak. Untuk kondom sendiri tidak pernah diberikan sama pihak puskesmas maupun BKKBN. Padahal saya menerima saja program KB walaupun untuk laki-laki, dan itu bukanlah sebuah hal yang memalukan. Sosialisasi dari pihak-pihak tertentu memang belum pernah saya dapatkan”

Kemudian, Saring mengaku belum paham terkait program KB dan juga belum mengemukakan bahwa ia belum pernah menerima sosialisasi dari pihak puskesmas dan BKKBN.

“Saya tidak tau apa itu KB. Sosialisasi juga tidak pernah saya dapat. Sekarang kalau mau KB saya suruh istri karena setahu saya KB itu memang untuk istri bukan suami”

²³ Warga Kecamatan Ulu Ere

²⁴ Warga Kecamatan Ulu Ere

Dari beberapa hasil wawancar di atas, dapat disimpulkan bahwa laki-laki di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng belum pernah mendapatkan sosialisasi secara langsung dari pihak tertentu mengenai program KB sehingga pemahaman mereka tidak begitu banyak mengenai program KB. Hal lain yang terungkap adalah para laki-laki menganggap KB hanya ditujukan kepada istri saja tanpa adanya KB untuk laki-laki minimal menggunakan kondom.

Selain sosialisasi secara langsung, para informan juga memiliki pandangan mengenai sosialisasi program KB melalui iklan layanan di televisi. Basri mengemukakan bahwa iklan televisi mengenai program KB tidak berpengaruh baginya karena tidak memahami apa yang disampaikan. Sumber informasi KB satu-satunya adalah puskesmas.

“Saya tidak begitu paham kalau iklan KB di televisi. Tidak berpengaruh menurut saya. Saya hanya dapat informasi KB di puskesmas, itupun kalau saya kebetulan berkunjung ke sana”

Bersamaan dengan hal tersebut, Saring juga mengemukakan bahwa ia tidak terpengaruh dari iklan KB untuk melakukan KB bersama istri.²⁵

“Kalau iklan KB televisi tidak ada pengaruhnya. Saya kadang saling komunikasi saja sama istri kalau mau KB. Katanya untuk tidak punya anak dulu”

Sangkala bahkan mengaku tidak tau kalau ada iklan KB di televisi. Menurutnya hal-hal semavam itu hanya ia dapatkan di puskesmas saja.

“Saya tidak tahu kalau ada iklan KB. Yang sata tahu informasi begitu hanya ada di puskesmas saja”

Ansar dan Jamal juga mengaku tidak terlalu memperhatikan pengaruh dari iklan KB televisi. Menurut mereka, iklan tidak ada hal yang menarik dan belum diketahui pasti manfaat penyampaiannya setelah menonton.²⁶

Dari beberapa hasil wawancara mengenai sosialisasi iklan KB di televisi, semua informan sepakat menganggap iklan KB di televisi belum efektif dan tidak memiliki pengaruh bagi mereka dan sebagian informan menganggap puskesmas sebagai satu-satunya pusat informasi mengenai program KB.

IV. Kesimpulan

Dari uraian hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa laki-laki di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng belum pernah mendapatkan sosialisasi secara langsung dari pihak tertentu mengenai program KB sehingga pemahaman mereka tidak begitu banyak mengenai program KB. Hal lain yang terungkap adalah para laki-laki menganggap KB hanya ditujukan kepada istri saja tanpa adanya KB untuk laki-laki minimal menggunakan kondom. Sedangkan untuk mengenai sosialisasi iklan KB di televisi, semua informan sepakat menganggap iklan KB di televisi belum efektif dan tidak memiliki pengaruh bagi mereka dan sebagian informan menganggap puskesmas sebagai satu-satunya pusat informasi mengenai program KB.

²⁵ Warga Kecamatan Ulu Ere

²⁶ Warga Kecamatan Ulu Ere

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 1998. Metode Penelitian. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Cooper, R Donald, C. William Emory. 1999. Metode Penelitian Bisnis, Alih Bahasa Gunawan, Imam Nurmawan. Jakarta. Erlangga.
- Danim, Sudarwan. 2002. Menjadi Peneliti Kualitatif .Bandung. Pustaka Setia.
- File Arsip Desa Bonto Lojong
- Hartini. 2011. Pandangan Tokoh Agama dan Budaya Masyarakat Terhadap Pemakaian Alat Kontrasepsi. Jurnal Kesetaraan dan Keadilan Gender, Volume VI No. 2 Juni.
- Ihrom, 2004. Bunga Rampai Sosiologi Keluarga. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia
- Irianto. 2014. Koes, Ilmu Kesehatan Masyarakat. Bandung; Alfabet..
- Kerlinger, Fred N. 1973. Foundations of Behavioral Research. New York. Rinehart and Winston. inc.
- Moleong, Lexy J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif .Bandung. PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar .Cet.12. 2008. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya Offset..
- Pusat Data dan Informasi Kemenkes RI. 2014.
- Severin, Warner J. dan James W. Tankard, Jr. 2009. Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa. Cet. 5. Jakarta. Kencana.
- Sulistiyawati, Ari. 2013. Pelayanan Keluarga Berencana. Jakarta. Salemba Media.
- Suryabrata. 2005. Metodologi Penelitian .Jakarta. PT. Remaja Rosda Karya.

Pandangan Laki-Laki Terhadap Sosialisasi Program Keluarga Berencana (KB) Di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

Qudratullah^{a,1}, Nurul Fitrianti^b

^aMahasiswa Program Doktor Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar, 90245

^bMahasiswa Program Magister Kebidanan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin, 90245
¹qudratullahrustam@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:
Diterima Juli 2018
Direvisi Agustus 2018
Disetujui September 2018

ABSTRAKSI

Abstrak: Sosialisasi yang tepat tentang Program KB yang dipelopori oleh BKKBN dan Bidan Puskesmas perlu dilakukan dengan terjun langsung dalam lingkungan masyarakat dan melalui media massa untuk memberikan pemahaman, informasi-informasi program KB kepada seluruh masyarakat tanpa mengenal tingkat pendidikan, agama, serta strata sosial sebagai upaya pemerintah mengentaskan kemiskinan dengan cara mempersuasi masyarakat lebih dekat agar mereka dapat mengatur perkawinan, reproduksi, jarak kelahiran, serta memiliki jumlah anak yang ideal. Kendala sosialisasi program KB kadangkala selalu ditemukan, salah satunya di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng, yang mana memiliki Jarak dari ibu kota kecamatan + 2,5 km dan jarak dari ibu kota Kabupaten + 23 km. Jarak tempuh wilayah Desa Bonto Lojong dari Ibu kota Kabupaten Bantaeng + 35 menit. Desa Bonto Lojong memiliki luas wilayah 4.039,21 km² dengan jumlah Penduduk 2.890.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deksriptif, dengan pendekatan teori persepsi disajikan secara deskriptif analitik kualitatif. Dengan sumber data primer dan sekunder yang dimiliki, serta teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi, akan cukup digunakan untuk mencapai tujuan penelitian ini yaitu untuk menggambarkan secara komprehensif tentang berbagai pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.

Kesimpulan dari penelitian ini di dapat bahwa laki-laki di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng belum pernah mendapatkan sosialisasi secara langsung dari pihak tertentu mengenai program KB sehingga pemahaman mereka tidak begitu banyak mengenai program KB. Sedangkan untuk mengenai sosialisasi iklan KB di televisi, dianggap belum efektif dan kurang berpengaruh bagi masyarakat di desa itu.

Abstract : Socialization properly of family planning (KB) programs spearheaded by BKKBN and Puskesmas's Midwives needs to be done in the community directly and through the mass media to provide understanding, information of KB programs to all communities without knowing the level of education, religion, and social strata, as a government efforts for alleviate poverty by closer persuading to the people so that they could regulate their marriage, reproduction, birth spacing, and have the ideal number of their children. Constraints on the socialization of KB programs are sometimes always found, one of which is in the village of Bonto Lojong, Ulu Ere Subdistrict, Bantaeng Regency, which has a distance from the capital of the subdistrict + 2.5 km and the distance from the capital of the District + 23 km. Distance of Bonto Lojong

Kata Kunci:

Program KB,
Sosialisasi,
Teori Persepsi

Keywords:

KB Program,
Socialization,
Perception theory

Village from Bantaeng Regency + 35 minutes. Bonto Lojong Village has an area of 4,039.21 km² with a population of 2,890.

This research uses qualitative research methods, with a perception theory and approach presented with qualitative analytical descriptive. Primary and secondary data sources that are owned, as well as data collection techniques through observation, in-depth interviews and documentation, it will be sufficient to be used to achieve the objectives of this research, namely to describe comprehensively the various views of the community towards the socialization of KB programs in the village of Bonto Lojong, Ulu Ere District Bantaeng.

The conclusion of this research are that men in Bonto Lojong Village, Ulu Ere Subdistrict, Bantaeng District have never received direct socialization from certain parties regarding the KB program so that their understanding is not so much about the KB program, also for the socialization of KB advertisements on television, it is considered ineffective and less influential for the people in the village

I. Pendahuluan

Keluarga berencana hadir meningkatkan kualitas hidup manusia di tingkat kampung atau yang setara melalui program kependudukan, keluarga berencana dan pembangunan keluarga serta pembangunan sektor terkait dalam rangka mewujudkan keluarga kecil berkualitas. Dengan hadirnya program keluarga berencana, diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memutuskan mata rantai kemiskinan. Program yang dipelopori oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana juga merupakan langkah pemerintah dalam upaya mengentaskan kemiskinan dengan cara mengatur perkawinan, reproduksi, jarak kelahiran, dan jumlah anak ang ideal.

Olehnya, perlu sosialisasi yang tepat agar program pemerintah tersebut dapat tepat sasaran, berguna dengan baik, efektif dan juga efisien. Sosialisasi yang biasanya dilakukan oleh pihak BKKBN dan juga Bidan Puskesmas dilakukan dengan terjun langsung dalam lingkungan masyarakat dengan memberikan pemahaman program KB kepada seluruh masyarakat tanpa mengenal tingkat pendidikan, agama, serta strata sosial.

Menurut David A. Goslin, sosialisasi merupakan proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakat.¹ Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi merupakan bagaimana seseorang didalam proses belajar, memahami, menanamkan didalam dirinya untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar individu tersebut dapat diterima serta berperan aktif di dalam kelompok masyarakat.

Sosialisai program KB tidak hanya dilakukan sekedar terjun langsung kepada masyarakat, tetapi juga melalui media massa. Di antara sosialisasi yang dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yakni iklan di televisi, radio dan media cetak dan online. Selain itu, media massa juga tidak jarang digunakan dalam menyampaikan informasi-informasi terkait program KB dengan tujuan dapat mempersuasi masyarakat lebih dekat tanpa harus berinteraksi secara langsung.

Namun, sosialisasi program KB dilakukan dengan berbagai cara tidak dipungkiri memiliki keterbatasan dan juga kendala. Salah satunya masyarakat yang mampu memahami secara spesifik iklan KB di televisi dengan keterbatasan yang ada, seperti tingkat pendidikan rendah dan bahasa. Sosialisasi yang beragam perlu untuk dimaksimalkan dengan tidak memperhatikan dampak dan juga efektif serta efesiennya cara yang digunakan sehingga program yang ditawarkan dapat diserap dan diterima oleh masyarakat banyak.

¹ David A. Goslin dalam Ihrom, Bunga Rampai Sosiologi Keluarga (Jakarta:Yayasan Obor Indonesia,2004), h. 30

Dari sosialisasi yang dilakukan oleh pihak BKKBN dan juga para Bidan Puskesmas, perlu diketahui bagaimana pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB. Dalam hal ini, peneliti menentukan tempat penelitian di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng dengan beberapa pertimbangan, di antaranya karena berada di bagian utara Kabupaten Bantaeng dan paling ujung dengan berbatasan langsung dengan ibu kota Kecamatan Ulu Ere yaitu Desa Bonto Marannu. Jarak dari ibu kota kecamatan + 2,5 km dan jarak dari ibu kota Kabupaten + 23 km. Jarak tempuh wilayah Desa Bonto Lojong dari Ibu kota Kabupaten Bantaeng + 35 menit. Desa Bonto Lojong memiliki luas wilayah 4.039,21 km² dengan jumlah Penduduk 2.890.²

Berdasarkan latar belakang yang dibahas sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana gambaran umum Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng? (2) Bagaimana pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng?

Adapun Tujuan Penelitian, berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini (1) Untuk mengetahui gambaran umum dan kehidupan masyarakat Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng (2) Untuk mengetahui pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

Dalam pelaksanaan Penelitian ini terdapat manfaat yang di dapat (1) Manfaat teoritis, untuk ilmu yang bersifat teoritis dan bagi studi yang bersifat ilmiah serta pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada disiplin ilmu Komunikasi Kesehatan (2) Manfaat praktis, diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam sosialisasi program KB yang lebih baik lagi.

II. Metodologi Penelitian

A. Jenis Penelitian

Sesuai dengan sifat permasalahan dan objek kajian, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deksriptif. Hal tersebut dilakukan guna menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena atau masalah yang diteliti, seperti sifat-sifat individu, keadaan, gejala kelompok tertentu atau menentukan ada tidaknya hubungan antara satu gejala dengan gejala lainnya di dalam masyarakat. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk katakata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.³ Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi-situasi tertentu termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses yang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dalam fenomena.⁴

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.

C. Focus Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi focus penelitian adalah pertanyaan tentang Sosialisasi, Program Keluarga Berencana (KB) serta Pandangan itu sendiri.

² <http://pemdeSBontolojong.blogspot.com/2016/12/letak-geografis.html> (Diakses pada 20 Juli 2018)

³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2005), h. 6

⁴ Sunadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Remaja Rosda Karya, 2005), h. 75

D. Sasaran dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data utama atau primer dan data kedua atau sekunder. Data yang peneliti dapatkan dari informan lain hanya untuk memperkaya data yang peneliti peroleh dari data utama. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Lofland dalam Moleong bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁵ Sasaran utama penelitian ini adalah masyarakat yang merupakan penduduk Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam tradisi penelitian kualitatif adalah manusia atau orang yakni peneliti sendiri dengan menggunakan alat bantu berupa catatan, *tape recorder*, dan *camera*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Moleong bahwa orang (peneliti) sebagai instrumen memiliki senjata yang secara luwes dapat digunakannya.⁶

Catatan, *tape recorder*, dan *camera* hanya digunakan sebagai alat bantu dalam melakukan penelitian. Oleh karena itu, sebagai instrumen penelitian, peneliti melakukan pemahaman makna data yang peneliti peroleh di lapangan. Sebagaimana diungkapkan Danim bahwa meskipun peneliti menggunakan beberapa alat bantu dalam pengumpulan data, data-data yang dikumpulkan perlu ditunjang oleh pemahaman yang mendalam tentang makna data-data yang diperoleh.⁷

F. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer berasal dari sumber yang asli dan dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian.⁸ Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya yang biasanya berupa dokumen atau laporan.⁹

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Observasi (2) Wawancara mendalam, merupakan metode yang banyak digunakan untuk mendapatkan informasi dari masyarakat.¹⁰ (3) Dokumentasi

H. Teknik Analisis Data

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yakni menggambarkan secara komprehensif tentang berbagai pandangan masyarakat terhadap sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng, maka digunakan pendekatan teori persepsi dengan menyajikan secara deskriptif analitik kualitatif

III. Hasil Penelitian

A. Gambaran Umum Desa Bonto Lojong

1) Letak Desa

Desa Bonto Lojong adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Ulu Ere yang berada di bagian utara Kabupaten Bantaeng. Jarak dari ibu kota kecamatan + 2,5 km dan jarak dari ibu kota Kabupaten + 23 km. Jarak tempuh wilayah Desa Bonto Lojong dari Ibu kota Kabupaten Bantaeng + 35 menit. Desa Bonto Lojong memiliki luas wilayah 4.039,21 km², dengan potensi alam yang sangat produktif seperti lahan pertanian, perkebunan dan hutan.

⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2005)hal 112

⁶ Ibid, hal 9

⁷ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung : Pustaka Setia 2002), h. 60

⁸ R Donald Cooper, C. William Emory, *Metode Penelitian Bisnis, Alih Bahasa Gunawan, Imam Nurmawan* (Jakarta : Erlangga, 1999), h. 256

⁹ Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998), h. 91

¹⁰ Fred N. Kerlinger, *Foundations of Behavioral Research*, (New York: Rinehart and Winston, inc, 1973), h. 269

Adapun batas-batas desa sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kabupaten Gowa, Kabupaten Sinjai
- Sebelah Selatan : Desa Bonto Tannga, Desa Bonto Bulaeng
- Sebelah Timur : Kab. Bulukumba, Desa Kayu Loe, Desa Pa'bumbungan
- Sebelah Bara : Kab. Jeneponto, Desa Bonto Marannu

2) *Administrasi Desa*

Pusat pemerintahan Desa Bonto Lojong terletak di Dusun Bangkeng Bonto dan untuk menuju Kantor Desa Secara administratif Desa Bonto Lojong terbagi atas 7 Dusun dan terdiri dari 14 RK dan 25 RT.

Setiap dusun dipimpin oleh seorang Kepala Dusun dibantu oleh Ketua RK dan Ketua RT. Sistem pemerintahan yakni, Camat sebagai penyelenggara tugas umum Pemerintahan desa dan kepala desa pada dasarnya bertanggungjawab kepada masyarakat desa dan prosedur pertanggungjawaban disampaikan ke Bupati melalui Camat. Kemudian dari pada itu kepala desa bersama dengan BPD wajib memberikan keterangan laporan pertanggungjawaban kepada masyarakatnya.

3) *Topografi Desa*

Desa Bonto Lojong merupakan daerah pegunungan dengan ketinggian + 2.200-1500 meter diatas permukaan laut (mdpl)

4) *Iklm dan Curah Hujan*

Desa Bonto Lojong memiliki iklim tropis dan dua musim yaitu musim hujan dan musim kemarau, pada musim hujan semua lahan pertanian akan di tanami beberapa jenis tanaman dan sangat cocok dengan berbagai jenis tanaman Hortikultura seperti: kol, kentang, wortel dan bawang merah dan juga tanaman jangka panjang seperti kopi cengkeh dan sekarang dikembangkan tanaman apel dan strowberry pada musim kemarau tidak semua lahan pertanian dapat di tanami karena sumber irigasinya belum merata di seluruh areal pertanian di Desa Bonto Lojong.¹¹



Gambar: Peta Desa Bonto Lojong

¹¹ <http://pemesbontolojong.blogspot.com/2016/12/letak-geografis.html> diakses Maret 2018

Mata Pencaharian

No	JENIS PEKERJAAN POKOK	DUSUN														JUMLAH	%
		Bissawali		Lannyng 2		Kayu Tanning		Bangkeng Bonto		Lannyng I		Buakang Paliang		Muntea			
		L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P		
1.	Petani	160	200	120	108	230	152	220	140	200	140	109	100	218	110	2207	74,6
2.	PNS	0	0	0	0	0	0	5	4	0	0	0	0	0	1	10	0,3
3.	Buruh Tani	4	0	2	0	1	0	2	0	0	2	0	0	4	0	15	0,2
4.	Pedagang	3	1	2	3	3	1	4	2	1	1	2	1	1	0	25	0,7
5.	Belum bekerja	52	42	61	100	47	50	50	50	50	18	40	51	30	77	718	24,2
	Jumlah	219	243	185	211	281	203	281	196	251	162	151	152	253	188	2975	100%

Usia

NO	UMUR	BISSAW ALI		DUSUN LANNYING 2		DUSUN BANGKENG BONTO		DUSUN LANNYING I		DUSUN BUAKANG PALIANG		DUSUN KAYU TANNING		DUSUN MUNTEA		TOTAL	%
		L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P		
1	0 s/d 12 Bln	3	2	2	3	3	1	2	2	3	2	1	2	2	1	29	2,6
2	1 s/d 6 Thn	12	10	21	8	19	14	19	22	9	4	8	10	6	9	171	5,8
3	7 s/d 15 Thn	87	60	79	81	91	90	67	88	40	81	50	56	66	24	960	3,5
4	16 s/d 25 Thn	44	40	27	41	50	30	43	54	60	30	31	56	43	42	591	16,0
5	26 s/d 45 Thn	71	39	42	40	39	40	51	61	47	48	60	33	42	40	653	5,6
6	46 s/d 59 Thn	40	25	21	23	41	32	40	46	31	32	40	51	41	9	472	2,8
7	60Thn Keatas	8	6	9	10	5	7	5	6	5	6	7	4	5	7	90	18,7
Grand Total		265	182	201	206	248	214	227	279	195	203	197	212	205	132	2966	100%
Total Keseluruhan		447		407		462		506		398		409		337		2966	

Jenis Kelamin

Jenis	DUSUN							TOTAL
	BANGKENG BONTO	KAYU TANNING	BISSAWALI	LANNYING 1	LANNYING 2	BUAKANG PALIANG	MUNTEA	
Laki-laki	239	186	200	111	322	195	166	1419
Perempuan	320	164	183	206	308	160	206	1547
Jumlah	559	350	383	317	630	355	372	2966

Tingkat Pendidikan

No	Klasifikasi Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)
1	Belum Sekolah	153
2	Tidak Tamat SD	1.396
3	Tamat SD / Sederajat	607
4	Tamat SLTP / Sederajat	64
5	Tamat SLTA / Sederajat	78
6	Sarjana	18
	Total	2.316

File Profil Desa Bonto Lojong¹²

Data Informan

No.	Nama	Usia	Pendidikan
1.	Basri	40 Tahun	SD
2.	Sangkala	45 Tahun	SD
3.	Jamal	30 Tahun	SMA
4.	Ansar	43 Tahun	SMA
5.	Saring	34 Tahun	SD

^{a.} Sumber: Olah Data Peneliti (2018)

B. Pandangan Masyarakat terhadap Sosialisasi Program KB

1) Program Keluarga Berencana

Untuk mewujudkan penduduk Indonesia yang berkualitas maka pemerintah memiliki visi dan misi baru. Visi baru pemerintah tersebut yaitu mewujudkan "Keluarga yang berkualitas". Keluarga yang berkualitas adalah keluarga yang sejahtera, sehat, maju, mandiri, mempunyai jumlah anak ideal, berwawasan kedepan, bertanggung jawab, harmonis, dan bertaqwa kepada Tuhan yang maha esa. Program KB tersebut adalah peningkatan kualitas di segala bentuk serta kesetaraan dan keadilan gender melalui pemberdayaan perempuan serta peningkatan partisipasi pria.¹³

KB sendiri merupakan singkatan dari Keluarga Berencana. Menurut WHO, KB adalah tindakan yang membantu individu/pasangan suami istri menghindari kelahiran yang tidak diinginkan, mendapatkan kelahiran yang diinginkan, mengatur interval di antara kehamilan, dan menentukan jumlah anak dalam keluarga.¹⁴ KB adalah sebuah metode yang bertujuan untuk mengatur jumlah anak sesuai kehendak yang setiap pasangan, dan menentukan sendiri kapan seorang ibu ingin hamil.¹⁵

Secara bahasa kontrasepsi berasal dari kata kontra, berarti "mencegah" atau "melawan" dan konsepsi yang berarti pertemuan antara sel telur yang matang dan sel sperma yang mengakibatkan kehamilan. Jadi, kontrasepsi adalah menghindari terjadinya kehamilan akibat pertemuan sel telur matang dengan sel sperma. Kontrasepsi secara harfiah diartikan sebagai suatu alat atau metode yang digunakan untuk mencegah terjadinya kehamilan.¹⁶

Salah satu masalah yang menonjol dalam program keluarga berencana adalah rendahnya keikutsertaan pria/suami dalam pelaksanaan program KB. Berdasarkan data Kementerian Kesehatan RI tahun 2012, persentase peserta KB berdasarkan jenis kelamin adalah peserta perempuan mencapai 93,66% dan peserta KB laki-laki hanya berkisar 6,34%. Dengan melihat sekilas persentase penggunaan KB terbanyak di Indonesia dapat langsung diketahui bahwa

¹² <https://drive.google.com/file/d/0B6YGrcFgdjEPSzVWWWFuVE82ejQ/view> , diakses Maret 2018

¹³ BKKBN, 2013.

¹⁴ Ari Sulistyawati, Pelayanan Keluarga Berencana (Jakarta: Salemba Media, 2013), h. 13

¹⁵ Irianto, Koes, *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Bandung; Alfabet. 2014) hal 52

¹⁶ BKKBN, 2

terjadi dominansi yang sangat besar pada penggunaan kontrasepsi perempuan dibandingkan dengan laki-laki.¹⁷

Perempuan dan laki-laki mempunyai peran dan tanggung jawab yang sama dalam meningkatkan kualitas kesehatan reproduksinya, termasuk KB dan pengasuhan anak, tetapi pada kenyataannya peran laki-laki masih rendah. Hal-hal yang sering dianggap sebagai isu gender dalam keluarga berencana sebagai berikut: a) kesetaraan ber-KB yang timpang antara laki-laki dan perempuan, ini menimbulkan anggapan bahwa dalam program KB perempuan selalu menjadi obyek/ sasaran; (b) perempuan tidak mempunyai kekuatan untuk memutuskan metode kontrasepsi yang diinginkan, antara lain karena ketergantungan pada keputusan suami, informasi yang kurang lengkap dari petugas kesehatan, penyediaan alat dan obat kontrasepsi yang tidak memadai ditempat pelayanan; (c) pengambilan keputusan: partisipasi pria dalam program KB sangat kecil dan kurang, namun kontrol terhadap perempuan dalam hal memutuskan untuk ber KB sangatlah dominan; (d) sebaliknya ada anggapan bahwa KB adalah urusan perempuan karena kodrat perempuan untuk hamil dan melahirkan.¹⁸

Adapun bentuk partisipasi pria dalam ber-KB dapat bersifat langsung maupun tidak langsung. Partisipasi pria atau suami secara langsung dalam program KB adalah menggunakan salah satu cara atau metoda pencegahan kehamilan seperti: metode senggama terputus, metode pantang berkala, kontrasepsi kondom, vasektomi, kontrasepsi lain yang sedang dikembangkan, sedangkan bentuk partisipasi secara tidak langsung seperti (a) memilih kontrasepsi yang cocok, yaitu kontrasepsi yang sesuai dengan keinginan dan kondisi istrinya; (b) membantu pasangannya dalam menggunakan kontrasepsi secara benar, seperti mengingatkan saat minum pil KB dan mengingatkan istri untuk kontrol; (c) membantu mencari pertolongan bila terjadi efek samping maupun komplikasi; (d) mengantar istri ke fasilitas pelayanan kesehatan untuk kontrol atau rujukan ; (e) mencari alternatif lain bila kontrasepsi yang digunakan saat ini terbukti tidak memuaskan; (f) menggantikan pemakaian kontrasepsi bila keadaan kesehatan istri tidak memungkinkan; (g) membantu menghitung waktu subur, apabila menggunakan metode pantang berkala.

Terdapat beberapa faktor atau alasan yang menyebabkan rendahnya partisipasi dan minat pria dalam menjadi akseptor KB. Menurut BKKBN, faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya partisipasi pria dalam KB adalah: (a) Terbatasnya sosialisasi dan promosi KB laki-laki (b) Adanya persepsi bahwa wanita-lah yang menjadi target program KB (c) Terbatasnya akses pelayanan KB (d) Tingginya harga yang harus dibayar untuk ber-KB (e) Tidak nyaman dalam penggunaannya (misalnya kondom) (f) Terbatasnya metode kontrasepsi laki-laki (g) Rendahnya pengetahuan laki-laki tentang KB (h) Kualitas pelayanan KB yang tidak memadai (i) Istri yang tidak mendukung suaminya ber-KB (j) Adanya stigmatisasi tentang KB laki-laki di masyarakat (k) Kondisi politik, sosial budaya, agama masyarakat dan komitmen pemerintah masih belum optimal dalam mendukung KB laki-laki di mana penerapan program kebijakan partisipasi laki-laki di lapangan masih belum optimal.¹⁹

2) *Persepsi*

Persepsi adalah asumsi atau pendapat yang dikeluarkan setelah melihat suatu objek. Lahry mendefinisikan persepsi sebagai proses yang digunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris. Data sensoris sampai kepada manusia melalui lima inderanya. Hasil penelitian telah mengidentifikasi dua jenis pengaruh dalam persepsi, yaitu pengaruh struktural dan pengaruh fungsional.²⁰

Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera kita (indera peraba, indera penglihat indera pencium, indera pengecap, dan indera pendengar), etensi, dan interpretasi.

¹⁷ Pusat Data dan Informasi Kemenkes RI, 2014

¹⁸ Ibid

¹⁹ Hartini. Pandangan Tokoh Agama dan Budaya Masyarakat Terhadap Pemakaian Alat Kontrasepsi. *Jurnal Kesetaraan dan Keadilan Gender*, Volume VI No. 2 Juni 2011, h 142-154

²⁰ Warner J. Severin dan James W. Tankard, Jr , *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa* (Cet. 5; Jakarta: Kencana, 2009), h. 83

Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Reseptor inderawi mata, telinga, kulit dan otot, hidung, dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar. Mata bereaksi terhadap gelombang cahaya, telinga terhadap gelombang suara, kulit terhadap temperatur dan tekanan, hidung terhadap bau-bauan, dan lidah terhadap rasa. Lalu rangsangan-rangsangan ini dikirimkan ke otak.²¹

Untuk lebih memahami persepsi, berikut adalah beberapa definisi lain persepsi :

Brian Fellows mendefinisikan persepsi sebagai proses yang memungkinkan sesuatu organisme menerima dan menganalisis informasi. Kemudian Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken mendefinisikan persepsi sebagai rasa yang memungkinkan seseorang memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungannya. Dan Philip Goodacre dan Jennifer Follers yang mendefinisikan persepsi sebagai proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan. Serta Joseph A. De Vito yang mendefinisikan persepsi adalah proses yang menjadikan seseorang sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi inderanya.²²

Dari beberapa pandangan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses mental untuk mengenali rangsangan yang memungkinkan seseorang memperoleh kesadaran akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi inderanya

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Beberapa prinsip penting mengenai persepsi sebagaimana yang diungkapkan oleh Deddy Mulyana adalah sebagai berikut:

a) Persepsi berdasarkan pengalaman

Persepsi manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek, atau kejadian serupa, termasuk misalnya cara kita bekerja dan menilai pekerjaan yang baik bagi kita.

b) Persepsi bersifat selektif

Atensi sebagai bagian dari tahap persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor internal seperti faktor biologis (lapar dan haus), fisiologis (sehat, sakit, dan lelah), sosial budaya (pekerjaan, penghasilan, kebiasaan), dan psikologis (motivasi, pengharapan, dan keinginan).

c) Persepsi bersifat dugaan

Oleh karena itu informasi yang lengkap tidak pernah tersedia, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap lewat penginderaan itu.

d) Persepsi bersifat evaluatif

Persepsi adalah proses kognitif psikologis dalam diri seseorang yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai, dan pengharapan untuk memaknai objek persepsi.

e) Persepsi bersifat kontekstual

Dari semua pengaruh dalam persepsi seseorang, konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Ketika seseorang melihat orang lain atau suatu objek dan kejadian tertentu, konteks rangsangan sangat memengaruhi struktur kognitif, ekspektasi dan oleh karenanya juga persepsi seseorang.

f) Kategori Persepsi

Kategori persepsi dalam diri manusia terbagi atas dua bagian yaitu persepsi terhadap lingkungan fisik dan persepsi terhadap sosial. Kedua jenis persepsi tersebut masing-masing memiliki perbedaan yang signifikan.

²¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Cet. 12; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2008), h. 181

²² Ibid, hal 180

Yang pertama, persepsi lingkungan fisik merupakan proses penafsiran terhadap objek-objek yang tidak bernyawa di sekitar lingkungan masyarakat. Terkadang dalam memberikan pandangan terhadap lingkungan fisik kita melakukan kekeliruan karena indera kita biasanya menipu dan itulah yang dikatakan sebagai ilusi. Persepsi terhadap objek ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu latarbelakang pengalaman, budaya, psikologis, dan sebagainya.

Yang kedua adalah persepsi terhadap sosial yang merupakan proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang dialami dalam lingkungan manusia. Oleh karena itu manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap suatu objek akan mengandung resiko. Duanya akan saling memengaruhi. Setiap orang memiliki pandangan yang berbeda terhadap lingkungan sosialnya.

Poin pertama, yakni mengenai sosialisasi dan promosi KB dalam deretan faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya partisipasi pria dalam KB, menjadi hal yang perlu diperhatikan. Beberapa informan memberikan pandangannya mengenai sosialisasi program KB di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng. Di antaranya Basri, tidak begitu mengetahui program KB yang ditawarkan pemerintah. Menurutnya, sosialisasi program KB belum dirasakan dampaknya karena tidak banyak dilakukan sosialisasi.²³

“Kalau sosialisasi jarang sekali. Dari pihak puskesmas juga jarang ada yang lakukan sosialisasi. Saya sedikit tahu KB hanya dari istri. Jadi hanya kami yang saling memberikan pemahaman”

Sama halnya dengan Basri, Sangkala juga mengungkapkan bahwa jarang ia mendapatkan sosialisasi pemahaman program KB pada laki-laki. Padahal menurutnya KB sangat bagus meskipun belum begitu dalam mengetahui tujuan dari KB.²⁴

“KB itu sebenarnya bagus walaupun saya belum tahu betul tujuan dari KB itu. Bahkan kondom sering saya dengar tapi tidak diketahui bentuknya. Saya juga menganggap kalau memakai kondom dalam berhubungan suami isteri itu merupakan hal yang memalukan.

Mengenai sosialisasi langsung dari beberapa pihak, Jamal juga mengungkapkan sedikit mengetahui tentang KB tapi menyadari bahwa ia juga tidak begitu banyak tahu. Kebanyakan informasi yang didapat mengenai program KB hanya didapatkan dari informasi online dengan dukungan jaringan internet.

“Saya sedikit tahu KB, tapi tidak tahu banyak juga. Informasi tidak didapatkan dari sosialisasi langsung dari pihak BKKBN ataupun puskesmas. Saya hanya mendapatkan informasi yang bersumber online dengan dukungan jaringan internet.

Selain itu, Ansar juga mengaku sering mendengar program KB tapi hanya ditujukan kepada perempuan saja. Tidak ditujukan kepada laki-laki.

“Saya sering dengar KB tapi yang saya tahu KB itu Cuma ditujukan untuk perempuan saja. Laki-laki tidak usah repot. Tapi saya tahu tujuannya KB yakni untuk mengurangi anak. Untuk kondom sendiri tidak pernah diberikan sama pihak puskesmas maupun BKKBN. Padahal saya menerima saja program KB walaupun untuk laki-laki, dan itu bukanlah sebuah hal yang memalukan. Sosialisasi dari pihak-pihak tertentu memang belum pernah saya dapatkan”

Kemudian, Saring mengaku belum paham terkait program KB dan juga belum mengemukakan bahwa ia belum pernah menerima sosialisasi dari pihak puskesmas dan BKKBN.

“Saya tidak tau apa itu KB. Sosialisasi juga tidak pernah saya dapat. Sekarang kalau mau KB saya suruh istri karena setahu saya KB itu memang untuk istri bukan suami”

²³ Warga Kecamatan Ulu Ere

²⁴ Warga Kecamatan Ulu Ere

Dari beberapa hasil wawancar di atas, dapat disimpulkan bahwa laki-laki di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng belum pernah mendapatkan sosialisasi secara langsung dari pihak tertentu mengenai program KB sehingga pemahaman mereka tidak begitu banyak mengenai program KB. Hal lain yang terungkap adalah para laki-laki menganggap KB hanya ditujukan kepada istri saja tanpa adanya KB untuk laki-laki minimal menggunakan kondom.

Selain sosialisasi secara langsung, para informan juga memiliki pandangan mengenai sosialisasi program KB melalui iklan layanan di televisi. Basri mengemukakan bahwa iklan televisi mengenai program KB tidak berpengaruh baginya karena tidak memahami apa yang disampaikan. Sumber informasi KB satu-satunya adalah puskesmas.

“Saya tidak begitu paham kalau iklan KB di televisi. Tidak berpengaruh menurut saya. Saya hanya dapat informasi KB di puskesmas, itupun kalau saya kebetulan berkunjung ke sana”

Bersamaan dengan hal tersebut, Saring juga mengemukakan bahwa ia tidak terpengaruh dari iklan KB untuk melakukan KB bersama istri.²⁵

“Kalau iklan KB televisi tidak ada pengaruhnya. Saya kadang saling komunikasi saja sama istri kalau mau KB. Katanya untuk tidak punya anak dulu”

Sangkala bahkan mengaku tidak tau kalau ada iklan KB di televisi. Menurututnya hal-hal semavam itu hanya ia dapatkan di puskesmas saja.

“Saya tidak tahu kalau ada iklan KB. Yang sata tahu informasi begitu hanya ada di puskesmas saja”

Ansar dan Jamal juga mengaku tidak terlalu memperhatikan pengaruh dari iklan KB televisi. Menurut mereka, iklan tidak ada hal yang menarik dan belum diketahui pasti manfaat penyampaiannya setelah menonton.²⁶

Dari beberapa hasil wawancara mengenai sosialisasi iklan KB di televisi, semua informan sepakat menganggap iklan KB di televisi belum efektif dan tidak memiliki pengaruh bagi mereka dan sebagian informan menganggap puskesmas sebagai satu-satunya pusat informasi mengenai program KB.

IV. Kesimpulan

Dari uraian hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa laki-laki di Desa Bonto Lojong Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng belum pernah mendapatkan sosialisasi secara langsung dari pihak tertentu mengenai program KB sehingga pemahaman mereka tidak begitu banyak mengenai program KB. Hal lain yang terungkap adalah para laki-laki menganggap KB hanya ditujukan kepada istri saja tanpa adanya KB untuk laki-laki minimal menggunakan kondom. Sedangkan untuk mengenai sosialisasi iklan KB di televisi, semua informan sepakat menganggap iklan KB di televisi belum efektif dan tidak memiliki pengaruh bagi mereka dan sebagian informan menganggap puskesmas sebagai satu-satunya pusat informasi mengenai program KB.

²⁵ Warga Kecamatan Ulu Ere

²⁶ Warga Kecamatan Ulu Ere

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 1998. Metode Penelitian. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Cooper, R Donald, C. William Emory. 1999. Metode Penelitian Bisnis, Alih Bahasa Gunawan, Imam Nurmawan. Jakarta. Erlangga.
- Danim, Sudarwan. 2002. Menjadi Peneliti Kualitatif .Bandung. Pustaka Setia.
- File Arsip Desa Bonto Lojong
- Hartini. 2011. Pandangan Tokoh Agama dan Budaya Masyarakat Terhadap Pemakaian Alat Kontrasepsi. Jurnal Kesetaraan dan Keadilan Gender, Volume VI No. 2 Juni.
- Ihrom, 2004. Bunga Rampai Sosiologi Keluarga. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia
- Irianto. 2014. Koes, Ilmu Kesehatan Masyarakat. Bandung; Alfabet..
- Kerlinger, Fred N. 1973. Foundations of Behavioral Research. New York. Rinehart and Winston. inc.
- Moleong, Lexy J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif .Bandung. PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar .Cet.12. 2008. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya Offset..
- Pusat Data dan Informasi Kemenkes RI. 2014.
- Severin, Warner J. dan James W. Tankard, Jr. 2009. Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa. Cet. 5. Jakarta. Kencana.
- Sulistiyawati, Ari. 2013. Pelayanan Keluarga Berencana. Jakarta. Salemba Media.
- Suryabrata. 2005. Metodologi Penelitian .Jakarta. PT. Remaja Rosda Karya.

Komunikasi Dakwah TGH. Mukhtar Amin dalam Membangun Semangat Berhaji di Majelis Ta'lim al-Mukhtariah Desa Pemenang Timur

M. Zaki Abdillah,¹ Ishanan²

^{1,2}Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Mataram, 83115, Indonesia
¹ibanee@gmail.com ²ishanannans@gmail.com

INFOARTIKEL

Riwayat Artikel:
Diterima Juli 2018
Direvisi Agustus 2018
Disetujui September 2018

ABSTRAKSI

Abstrak: Ada dua persoalan yang dikaji dalam penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana Komunikasi Dakwah TGH. Mukhtar Amin dalam membangun semangat berhaji di Majelis Ta'lim Al-Mukhtariah Desa Pemenang Timur? (2) Apa aspek jamaah yang disentuh oleh TGH. Mukhtar Amin dalam membangun semangat berhaji di Majelis Ta'lim Al-Mukhtariah Desa Pemenang Timur? Untuk menjawab persoalan tersebut peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif yang berorientasi pada studi tokoh. Dengan menggunakan pendekatan komunikasi, peneliti berusaha menjelaskan model komunikasi dakwah TGH. Mukhtar Amin dalam membangun semangat berhaji di Desa Pemenang Timur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) T.G.H. Mukhtar Amin membangun semangat berhaji jamaah Majelis Ta'lim al-Mukhtariah di Desa Pemenang Timur dengan pendekatan komunikasi persuasif. (2) Aspek kognitif, afektif dan behavioral adalah tiga aspek utama jamaah yang disentuh oleh TGH. Mukhtar Amin dalam membangun semangat berhaji jamaah Majelis Ta'lim al-Mukhtariah di Desa Pemenang Timur.

Abstract: There are two problems that are examined in this study, which are: (1) How is Da'wah Communication of the TGH Mukhtar Amin in building the spirit of pilgrimage in the Ta'lim Al-Mukhtariah Assembly at the East Pemenang Village? (2) What are the aspects of pilgrims touched by TGH. Mukhtar Amin in building the spirit of pilgrimage in the Ta'lim Al-Mukhtariah Assembly at the East Pemenang Village?. To answer these problems, researchers used descriptive qualitative methods that were oriented towards character studies. By using a communication approach, researchers try to explain the communication model of the mission of the TGH Mukhtar Amin in building the spirit of hajj at the East Pemenang Village. The results of this study indicate that, (1) T.G.H. Mukhtar Amin built a spirit of hajj pilgrimage to the Majelis Ta'lim al-Mukhtariah congregation at the East Pemenang Village with a persuasive communication approach. (2) Cognitive, affective and behavioral aspects are the three main aspects of worshipers touched by TGH. Mukhtar Amin in building the spirit of the pilgrimage of the Majelis Ta'lim al-Mukhtariah congregation at the East Pemenang Village

Kata Kunci:
Komunikasi Dakwah,
Haji,
Pendekatan Komunikasi Persuasif

Keywords:
Da'wah Communication,
Hajj,
Persuasif Communication Approach

I. Pendahuluan

Setiap agama yang menyadari keberlanjutan agamanya, senantiasa ditugaskan oleh pendirinya untuk meneruskan “kharisma” agama yang dianut, secara teratur dan tertib kepada para

pengikutnya.¹ Agama semata, tentu tidak akan mampu memberikan perannya bagi masyarakat, tanpa disertai dengan peran yang sama dari pemeluk agama itu sendiri. Oleh karenanya, peran para pemimpin agama dalam mengaplikasikan nilai-nilai keagamaannya begitu penting. Hal ini dilakukan sebagai media dalam memberikan wawasan, pemahaman dan keteladanan dalam menjalankan ajaran agama di tengah masyarakat.

Islam sebagai bagian dari agama samawi dengan misi penyebaran yang jelas, juga menekankan pentingnya peran-peran para penganutnya untuk menyebarkan ajarannya.² Nabi Muhammad SAW sebagai pembawa ajaran Islam telah memerintahkan kepada umatnya untuk menyampaikan setiap ajaran dari agama Islam kepada umat manusia. Dalam hal ini, para ulama lah yang secara garis besar memikul amanah sebagai pewaris para Nabi.³ Besarnya peran ulama dalam melanjutkan misi dakwah, juga dibarengi dengan sikap masyarakat yang begitu menghormati dan memuliakan mereka, mengingat, ulama dikenal konsistendalam mengamalkan ajaran-ajaran Islam.⁴

Dalam konteks masyarakat Sasak, tuan guru dianggap sebagai alim ulama, adalah fungsionaris agama Islam yang menjadi panutan masyarakat. Mereka adalah kelompok sosial elit yang merefresentasikan pengetahuan Islam yang tinggi, serta mereka diakui sebagai penyebar dan pemelihara ajaran Islam, khususnya dalam menegakkan amar ma'ruf nahi munkar.⁵

Dalam menjalankan aktivitas dakwah, para tuan guru secara personal memiliki keunikan pendekatan, dan metode tertentu, salah satunya jika ditinjau dari aspek komunikasi. Salah seorang tuan guru yang memiliki keunikan dalam mengkomunikasikan dakwah Islam adalah TGH. Mukhtar Amin, di Dusun Trengan Lauk, Desa Pemenang Timur, Kecamatan Pemenang, Kabupaten Lombok Utara. Melalui aktivitas pengajian yang secara rutin diadakan di Majelis Ta'lim al-Mukhtariah, masyarakat datang dari berbagai latar belakang jamaah.

Dalam konteks dakwah dan komunikasi, adalah unik pada TGH. Mukhtar Amin bagi peneliti, yang mana hal tersebut juga akan menjadi fokus kajian peneliti, yakni kemampuannya dalam mempersuasi masyarakat tentang pentingnya menjalankan ibadah haji. Fenomena ini didasarkan pada keadaan masyarakat yang hadir ke Majelis Ta'lim al-Mukhtariah selalu menjadikan ibadah haji sebagai prioritas utama untuk segera dilakukan. Padahal ibadah haji bukanlah ibadah yang mudah. Apalagi bila diklasifikasikan, jamaah beliau umumnya adalah orang-orang yang secara pendidikan formal rendah, dan sudah tua dari segi usia.

Melihat dari kaca pandang komunikasi, tentu sifat komunikatif TGH. Mukhtar Amin dalam mengakomodasi jamaahnya yang notabene adalah orang-orang yang secara pendidikan formal tertinggal, adalah fenomena yang unik. Selain itu, ibadah haji sendiri adalah ibadah yang cukup berat, karena selain harus siap secara moril, juga harus siap secara materil. Maka, kemampuan TGH. Mukhtar Amin dalam mempersuasi jamaahnya untuk membangun motivasi berhaji adalah sesuatu yang logis bila dijadikan sebagai ranah penelitian. Mengingat, tidak semua da'i mampu mengkomunikasikan hal yang sama, terutama dengan kondisi masyarakat yang rendah secara pendidikan dan tua secara usia.

Oleh karena itu, peneliti akan berusaha mengkaji secara mendalam bagaimana komunikasi dakwah TGH. Mukhtar Amin dalam kaitannya dengan upaya membangun semangat masyarakat untuk berhaji, ditinjau dari aspek komunikasi. Hal ini didasarkan pada kemampuannya dalam mengemas dan mencermati masyarakat yang didakwahi sesuai dengan realitas masyarakat itu sendiri.

¹Hendropuspito, Sosiologi Agama, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1983), 121

²Ilyas Ismail & Prio Hotman, Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)

³(At-Tirmi>zi No. 2681)

⁴Anwar Arifin, Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 4.

⁵Asnawi, Agama dan Paradigma Sosial: Menyingkap Pemahaman Masyarakat Sasak Tentang Taqdir Allah dan Kematian Bayi, (Jakarta: Sentra Media, 2006),23.

II. Kajian Pustaka

A. Konsep Dasar Komunikasi dan Dakwah

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggrisnya, berasal dari bahasa Latin *communis* yang memiliki arti sama. Selanjutnya ada juga kata *communico*, *communication*, atau *communicare* yang memiliki arti “membuat sama”, atau *to make common*. Dari beberapa istilah yang ada, kata *communis* yang paling sering digunakan sebagai akar kata-kata Latin yang mirip dengan kata awal lahirnya istilah komunikasi.⁶

Secara sederhana, komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dan dengan efek tertentu pula.⁷ Komunikasi dianggap berhasil manakala pesan yang disampaikan dimaknai sama oleh komunikator dan komunikan sesuai dengan kerangka acuan yang ada. Sehingga, komunikasi bisa dipahami sebagai kegiatan penyampaian pesan dari satu ke pihak lain dengan tujuan mencapai kesepakatan bersama dalam memaknai pesan-pesan yang dipertukarkan.⁸

Berbeda dengan komunikasi, kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab yang berarti, panggilan, seruan, dan ajakan. Dalam term Ilmu Nahwu, kata “dakwah” adalah bentuk masdar dari kata awal, “*da'a-yad'u-dakwatan*”, yang berarti upaya memanggil, menyeru, dan mengajak manusia ke jalan Allah. Orang yang berdakwah disebut dengan istilah Da'i dan orang yang menjadi sasaran dakwah disebut dengan istilah Mad'u.⁹

Dalam kegiatan atau aktivitas dakwah, yang perlu menjadi perhatian adalah, adanya unsur-unsur (komponen) penting yang terkandung di dalamnya. Komponen itulah yang mendukung efektifitas keberhasilan dakwah, manakala semua komponen tersebut saling melengkapi satu sama lain.¹⁰ Dakwah sendiri sebagai sebuah aktifitas adalah usaha untuk mempengaruhi pendapat, pandangan, sikap ataupun tingkah laku seseorang.

Secara umum, untuk mempengaruhi orang ada dua hal yang bisa ditempuh:¹¹ Pertama, koersif yaitu dengan cara paksaan bahkan disertai dengan terror yang dapat menekan batin. Kedua, persuasif yaitu tanpa adanya paksaan dengan mempengaruhi jiwa seseorang sehingga dapat membangkitkan kesadarannya untuk menerima dan menerima suatu tindakan.¹² Sehingga dapat dikatakan Dakwah Persuasif adalah proses kegiatan yang mempengaruhi jiwa seseorang (mad'u) sehingga timbul kesadarannya sendiri untuk mengikuti ajakan pendakwah (da'i) dengan cara halus atau tanpa paksaan.

B. Pengertian Komunikasi Dakwah

Sebagai makhluk sosial, kegiatan sehari-hari selalu berhubungan dengan orang lain dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup.¹³ Demikian juga dengan komunikasi, ia merupakan bagian integral kehidupan manusia, apapun statusnya di masyarakat. Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.¹⁴ Wahyu Ilaihi mengutip pendapat Ahmad Mubarak bahwa pada dasarnya, kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, di mana da'i mengomunikasikan pesan dakwah kepada mad'u, baik dilakukan secara perorangan, ataupun kelompok.¹⁵

⁶Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar, Cet ke-12 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 46.

⁷Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2010), 4.

⁸Ibid.

⁹Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah..., 19.

¹⁰Ibid...,19.

¹¹Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2009),446

¹²Muhammad Sulthon, Desain Ilmu DakwahKajian Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2003), 16.

¹³Bandingkan dengan Rulli Nasrullah, Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 2.

¹⁴H. A.W. Widjadja, Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), h. 1.

¹⁵ Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah..., 14

Dalam kajian yang lebih mendalam, perbedaan yang ada hanyalah pesan yang disampaikan, yaitu ajaran Islam dan komuniator dalam konteks dakwah diharuskan memiliki syarat dan spesifikasi kriteria tersendiri.¹⁶ Selain itu, jika biasanya dalam komunikasi biasa yang rutin dilakukan, tidak terlalu peduli pada motivasi ataupun tujuan yang dimaksud, maka dalam komunikasi dakwah, hal tersebut benar-benar dikaitkan dengan tujuan dakwah, baik itu secara makro maupun mikro.¹⁷

C. Komunikasi Persuasif

Proses komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku. Istilah persuasif bersumber dari perkataan latin "*persuasion*" memiliki kata kerja "*persuadere*" yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu, dalam bahasa Inggris "*persuasion*".¹⁸ *Persuasion* dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan, dan sebagainya.¹⁹ Para ahli komunikasi sering menekankan bahwasanya persuasif adalah kegiatan psikologis. Dalam pengertian yang lebih luas, persuasif dapat diartikan sebagai suatu proses mempengaruhi pendapat dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis, sehingga orang tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri. Penegasan tersebut untuk membedakan dengan koersi.²⁰

Akibat yang ditimbulkan dari kegiatan *persuasive* adalah sebuah nilai kesadaran, kerelaan disertai perasaan senang. Sedangkan kegiatan *coersia* adalah perubahan sikap, pendapat, atau perilaku dengan perasaan terpaksa karena diancam, yang menimbulkan perasaan tak senang. Komunikasi persuasif akan menimbulkan dampak yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan komunikasi informatif, yakni dampak kognitif, afektif, dan bahkan behavioral.²¹

Pernyataan di atas senada dengan apa yang juga dimaksudkan oleh Everet M. Rogers dan Shoemaker melalui teori homofili dan heterofilinya. Manakala usaha empati dilakukan dalam proses komunikasi, seorang komunikator bisa menciptakan kebersamaan-kebersamaan, baik fisik maupun mental.²²

III. Metode Penelitian

D. Bentuk Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan komunikasi persuasif. Metode penelitian kualitatif juga sering disebut metode penelitian naturalistik. Hal ini didasarkan pada kondisinya yang alamiah. Artinya, apa yang menjadi objek penelitian bukanlah sesuatu yang dimanipulasi, karena memang berkembang apa adanya.²³

E. Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah TGH. Mukhtar Amin. Sehingga penelitian ini adalah berpusat pada studi tokoh.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi instrumen utama adalah peneliti sendiri.

G. Sampel Data

Sumber data utama dalam penelitian ini ialah hasil wawancara dan fenomena. Adapun data sekunder ialah dokumen-dokumen yang terkait dengan subjek penelitian.

¹⁶A.W. Widjadja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002) hal 3.

¹⁷Ibid.

¹⁸Wahyu Ilaihi, h. 125

¹⁹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 446.

²⁰Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah Kajian Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 16.

²¹Wahyu Ilaihi, *Komunikasi...*, h. 125

²²Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer...*, 77.

²³Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Rosdakarya, 2001), 163.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik wawancara dan observasi dilakukan bagi memudahkan interaksi antara peneliti dengan kelompok yang menjadi objek penelitian. Adapun telaah dokumen diperlukan untuk melengkapi data yang diperlukan.

Dalam penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait fokus permasalahan. Sedangkan pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* sehingga memenuhi keperluan penelitian.

I. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul maka langkah seterusnya adalah mengolah dan menganalisa data dengan cara menyusun data ke dalam kategori, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola lalu membuat kesimpulan sehingga mudah difahami.

J. Tempo Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama enam (6) bulan mulai dari bulan Maret sampai bulan Agustus.

IV. Penyajian dan Analisis Data

1) Penyajian Data

K. Dakwah TGH. Mukhtar Amin di Majelis Ta'lim Al-Mukhtariah Desa Pemenang Timur

Secara teoretis, tuan guru adalah kelompok sosial elit yang merepresentasikan pengetahuan Islam yang tinggi, serta mereka diakui sebagai penyebar dan pemelihara ajaran Islam, khususnya dalam menegakkan amar ma'ruf nahi munkar.²⁴

Semenjak TGH. Mukhtar Amin menimba ilmu di Tanah Makah tahun 1982, dan pulang ke kampung halamannya pada tahun 1993, geliat dakwah langsung digalakkan, melalui masjid dan musalla.²⁵ Adanya antusiasme masyarakat yang luar biasa, membuat TGH. Mukhtar Amin membangun masjid ta'lim (Al-Mukhtariah) sebagai sarana pengajian. Tujuannya adalah, untuk memusatkan praktek dakwah guna proses dakwah dan pengajaran agama Islam yang lebih terpola dengan baik. Di samping itu, dakwah juga dilakukan di berbagai tempat lain, melalui kegiatan-kegiatan keagamaan yang sifatnya undangan masyarakat dan tugas TGH. Mukhtar Amin sebagai anggota MUI bidang Hukum dan Fatwa di Kabupaten Lombok Utara.

Ada beberapa aktifitas dakwah yang dilakukan TGH. Mukhtar di Majelis Taklim al-Mukhtariah yakni:

1. Pengajian harian. Pengajian harian biasanya diadakan setelah sholat subuh Pengajian ini umumnya difokuskan pada persoalan-persoalan fiqih. Sasarannya adalah masyarakat sekitaran tempat tinggal TGH. Mukhtar Amin. Pada pelaksanaannya, pengajian ini lebih banyak diadakan di Masjid Nurul Yaqin, yang memang berdekatan dengan Majelis al-Mukhtariah.
2. Pengajian mingguan. Pengajian mingguan secara khusus diadakan setiap hari jum'at. Biasanya dimulai dari pagi sampai menjelang sholat jum'at. Sasaran dari pengajian ini sifatnya adalah masyarakat umum yang ada di kecamatan Pemenang, walaupun pada prosesnya, banyak juga jamaah pengajian yang datang dari berbagai kecamatan di Lombok Utara. Tema pokok yang ditekankan oleh TGH. Mukhtar Amin dalam pengajian mingguan ini adalah kajian-kajian fiqih, yang secara khusus di dominasi oleh kajian tentang Ibadah haji.

²⁴Asnawi, Agama dan Paradigma Sosial: Menyingkap Pemahaman Masyarakat Sasak Tentang Taqdir Allah dan Kematian Bayi, (Jakarta: Sentra Media, 2006), 23.

²⁵Asnawi, Agama Dan Paradigm Sosial: Menyingkap Pemahaman Masyarakat Sasak tentang Takdir Allah dan Kematian Bayi, (Jakarta: Sentra Media, 2006), 23

3. Pengajian Bulanan. Selain pengajian harian dan mingguan, ada juga pengajian yang sifatnya bulanan. Sasarannya adalah para remaja dan pemuda yang ada di Dusun Trengan Lauk, yakni dusun tempat tinggal TGH. Mukhtar Amin.

L. Dakwah TGH. Mukhtar Amin tentang Ibadah Haji

Adapun terkait dengan penyampaian materi haji oleh TGH. Mukhtar Amin di Majelis Tak'lim Al-Mukhtariah, bisa digambarkan sebagai berikut:

1. Waktu pengajian. Materi tentang ibadah haji secara khusus di kaji setiap hari jum'at, walaupun dalam prosesnya, materi-materi rukun Islam yang lain juga dibahas, tapi TGH. Mukhtar Amin memberikan perhatian lebih pada materi haji. Pengajian biasanya dimulai pukul 8.00 s/d menjelang sholat jumat.
2. Suasana pengajian. Pengajian berlangsung dengan suasana yang santai. Para jamaah biasanya mengambil tempat duduk secara melingkar, dan sebagian lagi duduk dengan bentuk shaf, dengan jamaah laki-laki biasanya di depan dan jamaah perempuan berada di belakang. TGH. Mukhtar Amin sendiri mengambil tempat duduk yang sejajar dengan para jamaah yang ada di depan. Tampolannya sederhana dan tidak mencolok.
3. Cara penyampaian. TGH. Mukhtar Amin biasanya menyampaikan materi tentang ibadah haji dengan merujuk pada teks kitab kuning yang berbahasa Arab. Kemudian ia menterjemahkan bahasa Arab itu ke dalam bahasa Indonesia, dan akan ia tekankan lagi pengulangan maknanya dengan menggunakan bahasa Sasak. Setiap selesai membahas sebuah topik, TGH. Mukhtar akan mempersilahkan para jamaah untuk bertanya seputar materi yang dibahas.

2) Analisis Data

A. Komunikasi TGH. Mukhtar Amin dalam Membangun Semangat Berhaji

Tidak mudah untuk membuat sebuah komunikasi berjalan dengan menghasilkan kesepakatan secara utuh sesuai dengan tujuannya. Agar komunikasi mencapai tujuan dan sasarnya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang oleh komunikator agar pesan yang ia sampaikan mengena kepada komunikan. Hal yang paling mendasar dalam konteks ini adalah, komunikator harus tau benar kondisi si komunikan, sehingga ia mampu menempatkan dirinya, dan membangun komunikasi yang sesuai dengan keadaan dan keberadaan komunikan.

Steward L Tubbs, sebagaimana dikutip oleh Wahyu Ilaihi, mengemukakan bahwa setidaknya ada lima indikasi yang menunjukkan komunikasi bisa dikatakan efektif:²⁶

1. Pengertian, penerimaan yang cermat dari sisi stimuli seperti apa yang dimaksud oleh komunikator.
2. Kesenangan, komunikasi ini juga disebut dengan komunikasi fasis (*phatic communication*) yang dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan. Komunikasi menjadikan hubungan antar individu menjadi hangat, akrab dan menyenangkan.
3. Pengaruh pada sikap, komunikasi juga sering dilakukan untuk mempengaruhi orang lain, seperti seorang khatib yang ingin membangkitkan sikap keagamaan dan mendorong jamaah dapat beribadah dengan baik, atau seorang politisi yang ingin menciptakan citra yang baik kepada publik pemilihnya, dan lain-lain.
4. Hubungan sosial yang makin baik, komunikasi juga ditunjukkan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat bertahan hidup

²⁶Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 156

sendiri, untuk itu manusia selalu berkeinginan untuk berhubungan dengan orang lain secara positif.

5. Tindakan, tindakan persuasi dalam komunikasi digunakan untuk mempengaruhi sikap persuasif, juga diperlukan untuk memperoleh tindakan yang dikehendaki komunikator. Dalam hal ini, efektifitas komunikasi biasanya diukur dari tindakan nyata oleh komunikan.

Sebagai kegiatan yang memasarkan sebuah ideologi, maka dakwah juga butuh *strategipemasaran*.²⁷ Ajaran yang baik dan benar, perlu juga didukung dengan pengajaran yang benar. Dalam menghadapi realitas masyarakat yang beragam, tuan guru juga dituntut untuk mampu melakukan kegiatan dakwah dengan berbagai macam pendekatan, metode maupun strateginya.

T.G.H. Mukhtar Amin, sadar betul akan realitas jamaahnya yang secara sosial, hadir dari berbagai macam latar belakang pemahaman. Sehingga perlu strategi khusus untuk memberikan pemahaman yang benar terhadap sebuah persoalan keagamaan, termasuk ajaran Islam tentang ibadah haji.

TGH. Mukhtar Amin banyak menggunakan komunikasi persuasif dalam melaksanakan aktifitas dakwahnya. Sebelum memulai aktifitas dakwah, ia selalu melihat situasi dan kondisi mad'u yang dihadapinya. Bagaimana pendidikan mereka, usia mereka, ataupun berdasarkan kombinasi di antara keduanya, sehingga barulah diputuskan materi apa serta bahasa seperti apa yang layak dan sebaiknya digunakan.

Sejalan dengan sifatnya yang tidak memaksa, tujuan utama dari komunikasi persuasif adalah mempengaruhi pendapat dan tindakan orang melalui manipulasi psikologis, supaya orang bertindak atas kehendaknya sendiri.²⁸ Sehingga, akibat yang ditimbulkan adalah sebuah nilai kesadaran, kerelaan disertai perasaan senang untuk melakukan sesuatu. Artinya, jika komunikasi persuasif dihubungkan dengan kerangka dakwah, akan terbentuk komunikasi yang senantiasa berorientasi pada segi-segi psikologis mad'u dalam rangka membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan melaksanakan ajaran Islam.

Ibadah haji, dalam pandangan TGH. Mukhtar Amin, adalah sesuatu yang berat untuk dilaksanakan. Mengingat syaratnya yang harus mengikutsertakan kemampuan finansial sebagai beberapa indikatornya. Hal ini secara umum, tidak semua orang mampu memenuhinya. Di satu sisi, ibadah haji adalah bagian dari kesempurnaan rukun iman, di sisi lain syaratnya yang berat terkadang tidak mampu dipenuhi oleh setiap orang.²⁹

Dalam konteks ini, TGH. Mukhtar Amin tidak memaksa jamaah untuk mati-matian mencari uang untuk segera berhaji, karena ia adalah bagian dari rukun iman. Tapi hal utama yang diberikan kepada masyarakat adalah pemahan tentang arti penting mengetahui ilmu berhaji.

Penyampaian mengenai ibadah haji ini pun disesuaikan dengan tingkat pengetahuan jamaah di Majelis Al-Mukhtariah. Terutama dalam kontek bahasa dakwah. Walaupun referensi utama dari materi ibadah haji adalah kitab-kitab kuning, tapi dalam prakteknya TGH. Mukhtar Amin menyesuaikan dengan latar belakang pengetahuan jamaahnya.

Dalam hal ini, menarik kiranya apa yang dikemukakan oleh Azyumardi Azra, Atthariqatu ahammu min al-maddah (metode lebih penting dari pada materi).³⁰ Dalam pandangannya, Azyumardi menjelaskan bahwa, pernyataan ini semakin sejalan jika dikaitkan dalam lingkup dakwah, terutama terkait bagaimana dakwah Islam dilakukan. Mengingat, sebaik apapun materi dakwah, jika disampaikan dengan cara yang mengabaikan kondisi sosio-psikologi manusia, bisa

²⁷ Ali Aziz, Ilmu..., 345

²⁸ Muhammad Sulthon, Desain Ilmu Dakwah Kajian Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 16.

²⁹ Wawancara, Mukhtar Amin, 10 September 2018

³⁰ Azyumardi Azra "Pengantar" dalam Acep Aripudin, Pengembangan..., vii

jadi materi itu akan ditolak dan tidak dipahami oleh komunikan. Bahwa untuk menciptakan komunikasi yang efektif, komunikator juga harus mampu menempatkan dirinya untuk membentuk sebuah kesamaan persepsi dengan komunikannya.

Secara teoretis, seorang da'i memang dituntut untuk bisa membaca situasi dan kondisi mad'u nya. Sehingga pesan yang disampaikan bisa dipahami dan dimengerti oleh mad'u. Keberhasilan sebuah pesan bisa diterima atau tidak, juga bergantung pada komunikatornya. Sehingga, kemampuan komunikator menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain adalah bagian yang tidak terpisahkan dari bisa dan tidaknya pesan dakwah diterima. Dalam hal ini komunikator harus bisa mengandaikan diri, bagaimana kalau ia yang berada pada kondisi dan posisi komunikan.³¹

B. Aspek Jamaah yang Disentuh oleh TGH. Mukhtar Amin dalam Membangun Semangat Berhaji

Menurut TGH. Mukhtar Amin, ada persepsi yang salah dari masyarakat dalam memaknai ibadah haji. Haji sering dianggap sebagai sebuah kewajiban yang hanya dibebankan kepada orang Islam yang kaya saja, padahal, kewajiban yang sama juga berlaku untuk yang tidak mampu. Paling tidak, dengan cara belajar ilmu manasik haji. Pandangan ini berawal dari realitas masyarakat yang belajar ilmu manasik haji hanya pada saat akan berangkat haji saja, tanpa ada keinginan untuk belajar sebelumnya.³²

Maka hal pertama yang dilakukan oleh TGH. Mukhtar Amin adalah, memberikan pemahaman yang benar tentang memaknai haji. Haji tak lagi dipandang hanya sebagai ibadah yang dilakukan manakala merasa mampu saja, walaupun belum merasa mampu, paling tidak belajar dulu ilmu haji itu. Mampu menunaikan atau tidaknya, bergantung kepada panggilan Allah SWT. Lambat laun, hal ini dipahami oleh masyarakat sehingga, saat penelitian ini dilakukan, jamaah TGH. Mukhtar Amin sebagian besar sudah ikut mendaftarkan diri mereka untuk menunaikan ibadah haji.

Dalam kaitannya dengan aspek teoretis, maka apa yang TGH. Mukhtar Amin lakukan sejalan dengan konsep efek pesan. Sebagaimana dijelaskan di atas bahwa, komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku komunikan yang lebih menekan sisi psikologis komunikan. Penekanan ini dimaksudkan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, tetapi persuasi dilakukan dengan halus, luwes, yang mengandung sifat-sifat manusiawi sehingga mengakibatkan kesadaran dan kerelaan yang disertai perasaan senang.³³ Pada umumnya sikap-sikap individu/ kelompok yang hendak dipengaruhi ini terdiri dari tiga komponen:³⁴

- Kognitif - perilaku dimana individu mencapai tingkat "tahu" pada objek yang diperkenalkan.
- Afektif - perilaku dimana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek.
- Behavioral perilaku yang sudah sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu (perbuatan) terhadap objek.

Tiga komponen inilah yang secara khusus di sentuh oleh TGH. Mukhtar Amin untuk membangun semangat berhaji, dengan penjabaran sebagai berikut:

Pada aspek kognitif, TGH. Mukhtar Amin memberikan pemahaman bahwa, pemahaman masyarakat tentang kewajiban berhaji itu hanya untuk orang yang mampu saja, adalah sesuatu yang keliru. Karena menurutnya, walaupun umat Islam tidak mampu menunaikan ibadah haji secara finansial, yang harus ia lakukan adalah tetap belajar tentang ilmu haji itu sendiri, sebagai usaha untuk menunaikan kewajiban dari kesempurnaan rukun Islam.

³¹ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer; Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 77

³² Wawancara, Mukhtar Amin, 10 September 2018

³³ https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_persuasif

³⁴ Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu...*, 16

Selain itu TGH. Mukhtar Amin juga pentingnya usaha dari para jamaah untuk sedikit demi sedikit untuk menyisihkan rizki guna menunaikan ibadah haji, sembari berkeyakinan bahwa, berangkat atau tidaknya adalah perkara izin dari Allah SWT.

Pada aspek afektif. Dengan adanya pemahaman secara kognitif tentang urgensi ibadah haji, maka sikap jamaah majelis al-Mukhtariah menjadi berubah, dari awalnya acuh tak acuh pada persoalan haji, menjadi lebih terbuka dan tidak memandang sempit. Bahwa ibadah haji hanyalah panggilan bagi orang yang mampu secara ekonomi saja adalah pemahaman yang keliru, karena adanya keinginan untuk belajar ilmu manasik haji walaupun belum mampu secara materi, adalah bagian dari awal untuk memenuhi kewajiban berhaji itu sendiri.

Aspek Behavioral. Dalam kontek ini, pemahaman terhadap urgensi haji yang benar, disertai perubahan sikap dan cara pandang terhadap ibadah haji, akhirnya melahirkan perbuatan nyata dalam bentuk upaya-upaya melakukan ibadah haji secara nyata. Misalnya, melalui penyetoran dana tabungan haji secara resmi, atau berangkat haji dengan menggunakan jasa travel. Sejauh ini, jamaah majelis Ta'lim al-Mukhtariah sudah banyak yang menunaikan ibadah haji dan sebagian lagi sedang menunggu giliran panggilan dari pemerintah.

Pada dasarnya, kepercayaan atau pengetahuan seseorang tentang sesuatu dipercaya dapat memengaruhi sikap mereka dan pada akhirnya memengaruhi perilaku dan tindakan mereka terhadap sesuatu. Mengubah pengetahuan seseorang akan sesuatu dipercaya dapat mengubah perilaku mereka. Walaupun ada kaitan antara kognitif, afektif, dan behavioral, keterkaitan ini tidak selalu berlaku lurus atau langsung

V. Kesimpulan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwasanya: (1) TGH. Mukhtar Amin menggunakan komunikasi persuasif dalam membangun semangat berhaji jamaah majelis ta'lim al-Mukhtariah. Substansi utama dari komunikasi persuasif adalah, upaya menyadarkan masyarakat melalui upaya-upaya yang tidak memaksa, tetapi dengan langkah-langkah penyadaran secara rasional dan pendekatan psikologis. Misalnya, TGH. Mukhtar Amin menyadarkan kognisi masyarakat yang selama ini salah menafsirkan arti kewajiban berhaji, tidak dengan cara-cara yang memaksa, melainkan dengan cara memberikan gambaran yang sesungguhnya tentang urgensi ibadah haji, sehingga masyarakat dengan tanpa dipaksa memiliki gambaran yang seutuhnya tentang ibadah haji (2) TGH. Mukhtar Amin menyentuh tiga aspek utama jamaah dalam kaitannya dengan membangun semangat berhaji yang meliputi, aspek kognitif, aspek afektif dan aspek behavioral. Aspek kognitif mengacu pada penyadaran yang sifatnya merubah atau menambah pengetahuan, afektif berkaitan dengan perubahan sikap dan behavioural berkaitan dengan perubahan perilaku. Misalnya, TGH. Mukhtar Amin, memahamkan masyarakat tentang arti kewajiban berhaji, sehingga melahirkan perubahan sikap jamaah terhadap arti haji yang sesungguhnya, kemudian itu dibarengi dengan perubahan perilaku jamaah yang berusaha untuk belajar ilmu haji sekaligus menyertakan sebagian harta mereka untuk menunaikan ibadah haji.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Ali. 2012. *Ilmu Dakwah* (Ed) Revisi Cet. ke-3, Jakarta: Prenada Media Group
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer; Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu
- Asnawi, 2006. *Agama Dan Paradigm Sosial: Menyingkap Pemahaman Masyarakat Sasak tentang Takdir Allah dan Kematian Bayi*, Jakarta: Sentra Media
- Aripudin, Acep. 2011. *Pengembangan Metode Dakwah; Respon Da'i Terhadap Dinamika Kehidupan Beragama di Kaki Ciremai*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Nasrullah,Rulli. 2014. *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana,Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*, Cet ke-12 Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- H. A.W. Widjadja, 2002. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ismail,Iyas & Hotman,Prio. 2011. *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia
- Sulthon, Muhammad.2003. *Desain Ilmu Dakwah Kajian Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ilaihi,Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya
- Hendropuspito, 1983. *Sosiologi Agama*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius

Peran Program Reporter on Campus RRI Mataram Dalam Meningkatkan Kemampuan Jurnalistik Mahasiswa KPI Universitas Muhammadiyah Mataram

Muhammad Syaoki¹, Endang Rahmawati²

*Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Mataram, 83115, Indonesia
¹okiepluralist@gmail.com, ²era.justmine@gmail.com*

INFOARTIKEL

Riwayat Artikel:
Diterima Juli 2018
Direvisi Agustus 2018
Disetujui September 2018

Kata Kunci:
Radio,
Reporter on Campus,
Mahasiswa
Jurnalistik

Keywords:
Radio,
Reporter on Campus,
Student,
Journalism

ABSTRAKSI

Abstrak: Media massa mengalami perkembangan yang pesat, selain menyampaikan informasi kepada masyarakat media juga memiliki tugas mendidik publik melalui literasi media. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif penelitian ini bertujuan untuk melihat peranan program reporter on campus dalam upaya menumbuhkembangkan literasi media khususnya di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program reporter on campus sangat menunjang kemampuan mahasiswa baik dalam aspek teoritis maupun aplikatif.

Abstract: The mass media experienced development fastly, in addition to conveying information to the media community also had the task of educating the public through media literacy. Using qualitative descriptive method, this study aims to see the role of on campus reporter program in an effort to develop media literacy, especially among students. The results of this study indicated that on the campus reporter program supports greatly the ability of students in both theoretical and applicative aspects

I. Pendahuluan

Media Massa dewasa ini merupakan bagian penting dalam kehidupan masyarakat dunia. Kenyataan ini menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia (SDM) dari pengelola media massa merupakan titik krusial yang akan menentukan kualitas isi media. Kualitas isi media pada gilirannya akan mempengaruhi kualitas masarakat yang mengakses media tersebut. Oleh karena itu kualifikasi SDM yang dibutuhkan oleh pengelola media harus disadari dengan baik oleh pihak yang berkepentingan, seperti pengelola media itu sendiri, serta perguruan tinggi khususnya menyiapkan SDM yang nanti mengisi posisi – posisi di bidang pengelolaan media.

Sejak lama radio siaran dikenal sebagai media dari rakyat untuk rakyat. Berbeda dengan televisi (TVRI) yang pernah digunakan sebagai sarana propaganda pemerintah zaman orde baru, atau televisi nasional yang lebih banyak memompakan isu nasional yang belum tentu dibutuhkan masyarakat daerah. Sepanjang sejarahnya di Indonesia, radio telah menjadi bagian dari dinamika rakyat. Siaran radio yang berisi hiburan rakyat dan informasi lokal telah menjadi cermin dari dinamika masyarakat daerah¹.

¹Pandan Yudhaprarnesti, Efi Fadilah, *Tren Kebutuhan Kualifikasi Jurnais Radio Pada Industri Radio Siaran Di Kota Bandung*. Jurnal Kajian Komunikasi Vol. 1, Juni 2013. hal.19

Seiring dengan berbagai usaha dan strategi yang dilancarkan, sejak dulu media radio dikenal sebagai media yang punya kekuatan menajamkan khalayaknya. Pilihan radio siaran untuk memasukkan elemen informasi, baik dalam bentuk berita, *talkshow*, *feature* atau bentuk-bentuk jurnalisme radio yang lain, sebenarnya mengembalikan fungsi radio tidak hanya sekedar menjadi medium hiburan akantetapi juga berfungsi sebagai medium informasi dan edukasi. Pilihan ini juga yang kemudian membuat stasiun radio membutuhkan tenaga-tenaga handal untuk menangani siaran informasinya dalam berbagai bentuk tersebut. Kenyataannya, masih banyak pengelola radio siaran yang mengeluhkan minimnya kualitas sumber daya manusia di bidang jurnalistik radio.²

Program studi Komunikasi Penyiaran Islam merupakan salah satu program studi di Universitas Muhammadiyah Mataram yang sudah berdiri sejak tahun 2015. Program studi KPI berdiri atas kerjasama Universitas Muhammadiyah Mataram dengan *Asia Muslim Charity Foundation* (AMCF).³

Program studi KPI bertujuan untuk mencetak mahasiswa yang memiliki kemampuan jurnalistik, mampu mengoperasikan media-media komunikasi, serta mampu menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan baik dan benar melalui berbagai media komunikasi yang ada.

Salah satu kendala yang dialami oleh program studi KPI dalam upaya membentuk mahasiswa yang sesuai dengan profil lulusan tersebut adalah tidak adanya laboratorium komunikasi tempat mahasiswa melakukan praktik. Salah satunya yaitu stasiun radio.

Program studi KPI belum memiliki radio komunitas sampai saat ini, namun untuk mengakali keterbatasan tersebut, program studi KPI melakukan kerjasama dengan beberapa stasiun radio yang ada di kota Mataram. Dalam point kerjasama tersebut salah satunya yaitu mahasiswa program studi KPI diperkenankan melakukan praktik kerja lapangan di stasiun radio tersebut.

RRI Mataram sebagai salah satu lembaga penyiaran publik memiliki tanggung jawab dalam menyampaikan informasi kepada seluruh warga Nusa Tenggara Barat. Oleh karena itu RRI Mataram membuat banyak program siaran yang ditujukan kepada warga masyarakat yang haus akan informasi.

Hanya saja kendala yang dialami oleh RRI Mataram salah satunya yaitu terbatasnya jumlah sumber daya manusia yang ada sehingga proses penyampaian informasi yang aktual kadang terhalang oleh sedikitnya sumber daya manusia yang ada. Salah satu terobosan yang dilakukan oleh RRI Mataram adalah dengan melatih mahasiswa agar memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam bidang jurnalistik.

RRI Mataram kemudian membuat sebuah program yang dinamai dengan *Reporter on Campus* (ROC) dimana pihak RRI Mataram melibatkan secara langsung mahasiswa untuk kegiatan Jurnalistik dalam bentuk peliputan berita atau *live report*. RRI mataram mejalin kerjasama dengan beberapa kampus di Mataram guna menjaring peserta ROC salah satunya dengan prodi KPI Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram dengan dibuatnya MOU.⁴

Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram merupakan bagian dari peserta kegiatan ROC ini. Melalui audisi *Reporter on Campus* RRI Mataram maka terpilihlah 10 Mahasiswa KPI universitas Muhammadiyah Mataram menjadi anggota *Reporter on Campus* (ROC). Kegiatan ROC ini menjadi salah satu kegiatan jurnalistik yang menjadi wadah pelatihan dalam meningkatkan kemampuan jurnalistik mahasiswa KPI.

²PandanYudhaprimesti, Efi Fadilah, *Tren Kebutuhan Kualifikasi Jurnais Radio Pada Industri Radio Siaran Di Kota Bandung*. Jurnal Kajian Komunikasi Vol. 1, juni 2013

³AMCF merupakan salah satu lembaga amal terbesar di Asia yang bergerak di bidang pendidikan dan dakwah. Lembaga amal yang berpusat di Dubai Uni Emirat Arab ini memiliki jaringan hampir di seluruh wilayah Indonesia.

⁴MOU RRI Mataram & Prodi KPI Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram No.....

Dalam hal pengumpulan data seorang jurnalis atau reporter pada umumnya dibekali dengan konsep jurnalistik. Demikian halnya dengan mahasiswa KPI yang menjadi reporter RRI. Tidak hanya memperoleh konsep jurnalistik untuk bekal dalam pekerjaannya, mahasiswa KPI juga mempunyai latar belakang ilmu komunikasi dan publisistik. Dengan demikian informasi yang diperoleh para reporter boleh dikatakan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini hendak mengkaji tentang Peran Program *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram dalam meningkatkan kemampuan jurnalistik mahasiswa KPI Universitas Muhammadiyah Mataram

Dari latar belakang di atas, penelitian ini akan mencoba menjawab beberapa pertanyaan penelitian yaitu (1) Apa saja bentuk kegiatan program *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram? (2) Bagaimana peran program *Reporter on Campus* (ROC) dalam meningkatkan kemampuan jurnalistik radio mahasiswa KPI Universitas Muhammadiyah Mataram?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram dalam meningkatkan kemampuan jurnalistik mahasiswa KPI Universitas Muhammadiyah Mataram dan meningkatkan kemampuan mahasiswa KPI dalam kegiatan *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram.

II. Kajian Pustaka

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah stasiun radio milik pemerintah Indonesia. RRI didirikan pada tanggal 11 September 1945. Slogan RRI adalah "Sekali di Udara, Tetap di Udara"

Sebagai Lembaga Penyiaran Publik, RRI terdiri dari Dewan Pengawas dan Dewan Direksi. Dewan Pengawas yang berjumlah 5 orang terdiri dari unsur publik, pemerintah dan RRI. Dewan Pengawas yang merupakan wujud representasi dan supervisi publik memilih Dewan Direksi yang berjumlah 5 orang yang bertugas melaksanakan kebijakan penyiaran dan bertanggung jawab atas penyelenggaraan penyiaran. Status sebagai Lembaga Penyiaran Publik juga ditegaskan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 11 dan 12 tahun 2005 yang merupakan penjabaran lebih lanjut dari Undang-Undang Nomor 32/2002.

Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI Mataram merupakan Lembaga Penyiaran yang paling senior berkecimpung berperan membangun Bumi Gora Nusa Tenggara Barat, RRI Mataram secara resmi berdiri pada tahun 1960.⁵

Repoter ialah salah satu jenis jabatan kewartawanan yang bertugas melakukan peliputan berita "*news gathering*" dilapangan dan melaporkannya ke pada publik, baik dalam bentuk tulisan untuk media cetak atau dalam situs berita di internet, ataupun secara lisan bila laporannya disampaikan melalui media elektronik radio atau televisi. Hasil kerja repoter, baik merupakan naskah tulisan ataupun lisan, umumnya harus melalui penyuntingan redaktur atau produser berita sebelum bisa disiarkan kepada publik.

Melihat tugas repoter yang begitu mulia yakni salah satunya mencari informasi untuk mengungkapkan suatu kebenaran. Dalam hal ini tugas seorang repoter ialah sangat penting, Karena seorang reporter ialah orang sangat dibutuhkan ketika kita akan memberitakan suatu informasi kepada khalayak.

Adapun tujuan dan fungsi reporter yang diantaranya yaitu, (1) Mengungkap latar belakang berita "*background information*". (2) Menjelaskan keterkaitan berita satu dengan berita lainnya. (3) Menggali persoalan dibalik peristiwa dan berita. (4) Membuka cakrawala pemahaman yang lebih luas dari pembaca/khalayak. (5) Lebih mengungkap aspek *why* dan *who*.

⁵https://id.wikipedia.org/wiki/Radio_Republik_Indonesia, diakses tanggal 18 Agustus 2018

Adapun syarat utama seorang reporter yang diantaranya yaitu (1) Vitalis (2) Menguasai ilmu komunikasi (3) Menaati berbagai regulasi jurnalistik⁶

III. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan termasuk penelitian studi kasus maka hasil penelitian ini bersifat analisis-deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku yang diamati terutama terkait dengan peran program *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram dalam meningkatkan kemampuan jurnalistik mahasiswa KPI Universitas Muhammadiyah Mataram.

Lokasi atau obyek dalam penelitian ini berada di Kantor LPP RRI Mataram yang terletak di jalan Langko No 83, Taman Sari, Ampenan, Kota Mataram. Dan di kampus Universitas Muhammadiyah Mataram tepatnya di Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam.

Sumber data dalam penelitian ini adalah kata-kata dan tindakan yang diperoleh dari informan yang terkait dalam penelitian, selanjutnya dokumen atau sumber tertulis lainnya merupakan data tambahan. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah: (1) Direktur LPP RRI Mataram; (2) Produser Program *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram; (3) Dosen KPI Universitas Muhammadiyah Mataram; (4) Mahasiswa KPI (Anggota *Reporter on Campus* (ROC)) Universitas Muhammadiyah Mataram.

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek penelitian adalah Peran Program *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram dan Mahasiswa KPI yang terpilih menjadi anggota *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram.

Sesuai dengan judul diatas yaitu: "Peran Program *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram dalam meningkatkan Kemampuan Jurnalistik Mahasiswa KPI Universitas Muhammadiyah Mataram", penulis lebih menitikberatkan pada pembahasan tentang peran program *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram dan kemampuan jurnalistik mahasiswa KPI Universitas Muhammadiyah Mataram sebagai peserta *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram.

Dalam hal ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut: (1) Wawancara/ Interview (2) Metode Dokumentasi,

Dalam menganalisis data ini, penulis menggunakan tehnik analisis deskriptif kualitatif, dimana tehnik ini penulis gunakan untuk menggambarkan, menuturkan, melukiskan serta menguraikan data yang bersifat kualitatif yang telah penulis peroleh dari hasil metode pengumpulan data

IV. Temuan dan Analisis Data

A. Bentuk Program *Reporter on Campus*

Program *Reporter on Campus* (ROC) dibentuk untuk mempercepat penyampaian informasi, karena RRI bersifat audio maka radio dinilai paling cepat menyampaikan informasi, agar pendengar RRI tidak ketinggalan dengan media yang lain. Dalam program ini meski mahasiswa hanya bermodalkan handphone, mereka sudah bisa menyampaikan informasi tercepat, *Reporter on Campus* (ROC) sama saja seperti liputan biasanya, tapi prosesnya *live* dari lapangan.

Jika informasi harus diproses melalui studio, proses itu memakan waktu, sehingga informasi tidak bisa langsung sampai kepada para pendengar, oleh karena itu dibuatlah program yang bernama *Reporter on Campus* (ROC) agar pendengar RRI tidak ketinggalan informasi. Misalnya tentang peristiwa kebakaran di kantor Gubernur, jika peristiwa tersebut disiarkan melalui proses editing, maka pasti akan terlambat.

⁶<https://www.gurupendidikan.co.id/reporter-pengertian-tujuan-fungsi-syarat-tugas>, diakses tanggal 18 Agustus 2018

Meskipun *Reporter on Campus* (ROC) menekankan pada kecepatan, tapi program ini tetap harus memperhatikan prinsip-prinsip jurnalistik seperti *check* dan *recheck*, penentuan narasumber, maupun diksi-diksi kata.

Direktur Pemberitaan RRI Mataram mengatakan “penyiaran harus taat azas, kode etik jurnalistik dan P3SPS apalagi RRI menjadi lembaga Penyiaran Publik yang berlandaskan Tri Prasetya”.¹⁰

Program ini melibatkan 50 orang mahasiswa yang dipilih dari 3 Perguruan Tinggi yang ada di kota Mataram dengan rincian 25 mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Mataram, 15 dari UIN Mataram, dan 10 orang mahasiswa Poltekes Mataram. Di Prodi KPI Universitas Muhammadiyah sendiri proses penentuan mahasiswa yang ikut Program *Reporter on Campus* (ROC) ini dilakukan melalui seleksi ketat oleh KaProdi dan Sekprodi.

Ketua Prodi KPI dalam wawancaranya mengatakan “Hal ini dimaksudkan agar mahasiswa yang ikut program tersebut benar-benar merupakan mahasiswa yang memiliki minat dan bakat dalam bidang penyiaran.”¹³

Tujuan dari dilibatkannya mahasiswa dalam program *Reporter on Campus* (ROC) ini adalah sebagai wadah bagi mereka untuk meningkatkan talenta mereka dalam bidang jurnalistik radio. Di samping itu dengan adanya program ini maka peristiwa-peristiwa yang terjadi di kampus dapat diinformasikan tidak hanya kepada civitas akademika, tetapi juga kepada masyarakat secara umum. Termasuk ketika ada kasus yang menjadi perhatian *public* maka para pakar terkait yang ada di kampus dapat dimintai komentarnya.

“Mahasiswa dilibatkan dalam program *Reporter on Campus* (ROC) ini dalam rangka memberikan wadah bagi mereka untuk meningkatkan talenta dan bakatnya dalam bidang jurnalistik radio, dan *citizen journalism*, selain itu tujuannya juga agar peristiwa yang terjadi di kampus bisa langsung disampaikan kepada publik agar reporter tidak harus ke lokasi, tapi sudah ada kontributor dari mahasiswa yang sudah siap di sana, artinya ada kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Mahasiswa harus diberikan kesempatan di situ, karena RRI memiliki empat program (1, 2, 3 dan 4) yang segmen pendengarnya berbeda dan format stasiun mapun ciri khasnya juga berbeda-beda.”¹⁴

Setelah mahasiswa terpilih, lalu mereka dilatih selama dua hari mulai tanggal 23-24 Juni 2018 di aula Triprastya RRI Mataram. Dalam pelatihan tersebut mereka diberikan materi tentang jurnalistik, mulai dari mengenal nilai-nilai berita, teknik peliputan, sampai dengan teknik pelaporan.

Mahasiswa yang sudah dilatih akan menjadi reporter, menyusun berita, redaktur, termasuk menjadi editor variasi penyajian berita, tidak hanya menulis *straight news*, *vox pop*, *news interview*, *news feature*, *breaking news*, maupun *voice report*, proses itu harus dilakukan secara terus menenus agar kualitasnya dapat dipertanggungjawabkan, bakat mahasiswa juga semakin bagus, pada akhirnya juga hasil karya mereka akan mengangkat reputasi lembaga.

Setelah mahasiswa dilatih secara formal selama 2 hari, mereka lalu ditugaskan untuk meliput peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Salah satunya meliput pemilihan kepala daerah (pilkada) Gubernur 2018. Mereka yang tadinya sudah dilatih lalu dibagi menjadi beberapa kelompok, lalu dipencar di beberapa TPS yang ada di pulau Lombok. Ada yang meliput dari Kota Mataram, Lombok Timur, Lombok Tengah, Lombok Barat dan Lombok Utara. Mereka nantinya melaporkan secara langsung proses pemilihan kepala daerah tersebut dari lokasi yang sudah ditetapkan.

¹⁰Wawancara dengan Nasrudin, Direktur Pemberitaan RRI Mataram sekaligus Penanggungjawab program Reporter on Campus. Kamis 20 September 2018.

¹³Wawancara dengan Ketua prodi KPI Sabtu 22 September 2018.

¹⁴Wawancara Nasrudin....

Untuk meningkatkan kemampuan jurnalistik mahasiswa yang mengikuti program ini RRI Mataram terus menerus melakukan pendampingan dan penugasan. RRI mengakui bahwa memang ikatan formal secara khusus setiap kali mereka memberikan laporan itu tidak ada. Di samping itu antara RRI Mataram dengan Universitas Muhammadiyah perlu juga memperhatikan operasional mahasiswa semisal untuk biaya transportasi maupun biaya konsumsi selama di lapangan. Menurut RRI Mataram barangkali sebab itu pula beberapa mahasiswa hanya bersemangat di awal program, meskipun fasilitas praktik yang ada di studio sangat terbuka kepada mereka.

B. Peran Program RoC

Selama program ini berlangsung, peneliti melihat ada beberapa manfaat yang mahasiswa dapatkan baik manfaat secara langsung (pengembangan skill) maupun manfaat secara akademik, berikut peneliti paparkan beberapa kemampuan yang diperoleh mahasiswa dalam program ini:

1. Kemampuan menyampaikan *live report*. *Live report* adalah istilah yang mengacu pada siaran langsung yang berupa reportase tentang kejadian yang terjadi di sekitar, atau bisa juga terkait kegiatan lain yang sifatnya langsung. Siaran *live report* tidak bisa dibuat-buat karena sifatnya yang langsung menginformasikan kepada para pendengar dengan apa adanya. *Live report* harus disampaikan pada saat kejadian berlangsung, bukan sebelum atau sesudah kejadian berlangsung. Dalam program *Reporter on Campus* (ROC) beberapa kali mahasiswa ditugaskan untuk melakukan *live report* terutama sekali ketika terjadi *event-event* besar seperti pada saat pilkada Gubernur NTB 2018, begitu juga pada saat malam idul fitri mahasiswa diminta melakukan *live report* dari beberapa titik baik di kota Mataram maupun dari luar kota Mataram. Sedangkan pada saat sholat idul fitri mahasiswa juga melakukan *live report* langsung dari Masjid Hubbul Wathan Islamic Centre Kota Mataram.
2. Kemampuan melakukan wawancara (*interview*). Wawancara yaitu tanya jawab mengenai salah satu topik berita atau peristiwa aktual dan menarik yang merupakan kelanjutan atau pendalaman dari salah satu topik berita atau peristiwa. Durasi wawancara maksimal 5 menit disiarkan dalam bulletin berita sebagai salah satu format. Sebagai karya jurnalistik radio, wawancara dapat berdiri sendiri menjadi *news interview*. Dalam program ini mahasiswa juga ditugaskan melakukan wawancara kepada pihak-pihak tertentu yang terkait dengan pemberitaan. Misalnya saja pada saat pilkada berlangsung mahasiswa diminta melakukan wawancara dengan beberapa orang yang ada di Panti jompo Tresna Werdha Puspakarma yang berada di jalan Majapahit Kota Mataram. Mahasiswa meminta tanggapan beberapa orang yang ada di panti jompo tersebut terkait pilkada Gubernur 2018.
3. Kemampuan menyampaikan *breaking news*. *Breaking news* yaitu Informasi awal disampaikan reporter secara langsung dari lapangan mengenai peristiwa atau kejadian menarik yang terjadi secara mendadak. Laporan disampaikan secara singkat di sela-sela acara yang sedang berlangsung untuk kemudian dilanjutkan dengan laporan lengkap pada waktu berikutnya. Salah satu peristiwa yang disampaikan melalui model *breaking news* yaitu peristiwa kebakaran bangunan yang berada di samping gedung KPI Universitas Muhammadiyah Mataram yang terjadi pada bulan Juni 2018. Pada saat itu mahasiswa yang tinggal di sakan (asrama mahasiswa) diminta melaporkan secara langsung peristiwa kebakaran yang terjadi sekitar pukul 21.00 wita tersebut.
4. Kemampuan membuat berita Kisah (*News Features*). *News features* merupakan laporan yang menonjolkan unsur manusiawi (*human Interest*) dari sebuah peristiwa/obyek menarik yang telah menjadi berita. Pembahasan menggunakan bahasa atraktif dan idiomatik dengan struktur penulisan bebas. Mahasiswa yang mengikuti program *Reporter on Campus* (ROC) pernah diikutsertakan meliput bencana gempa di kabupaten Lombok Utara, kemudian setelah melakukan peliputan, reporter RRI Mataram mendampingi mahasiswa menyusun laporan dalam bentuk *news features*. Hanya saja laporan dalam bentuk ini belum sampai final karena terdapat beberapa kendala terutama sekali terkait waktu.

Tetapi RRI Mataram mengatakan akan tetap berkomitmen untuk membimbing mahasiswa agar dapat menyusun laporan dalam bentuk *news features*.

Selain mengasah kemampuan jurnalistik yang sifatnya teknis seperti yang penulis sebutkan di atas tadi, program ini juga sangat menunjang kemampuan akademik mahasiswa di dalam kelas. Hal ini dibuktikan dengan nilai akhir mata kuliah *broadcasting radio* pada mahasiswa semester IV yang mengikuti program *Reporter on Campus* (ROC) ini sangat bagus. Bahkan dosen mata kuliah *broadcasting radio* mengatakan bahwa mahasiswa yang mengikuti program *Reporter on Campus* (ROC) sangat menonjol di dalam kelas, mereka bisa memahami *broadcasting radio* baik secara teoritis maupun aplikatif.

V. Kesimpulan

Program *Reporter on Campus* (ROC) RRI Mataram sangat menunjang kemampuan jurnalistik mahasiswa KPI universitas Muhammadiyah Mataram baik dalam aspek teoritis maupun praktis. Hanya saja masih terdapat banyak kendala dalam kegiatan ini baik dari aspek teknis maupun regulasi antar kedua lembaga. Kedepan kedua belah pihak mesti duduk bersama menindaklanjuti dan memperkuat program ini baik dari aspek legal formal maupun dari aspek-aspek teknis di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asep Syamsul M. Romli, 2017, Manajemen Program&Teknik Produksi Radio, Bandung; Nuansa.
- Hamidi, 2004, Metode Penelitian Kualitatif, Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian, Malang: UMM Press.
- Harliantara Harley Prayudha&Andy Rustam.M, 2013, Radio is Sound Only (Pengantar&Prinsip Penyiaran Radio Digital), Jakarta; Broadcastmagz publisher.
- Iqbal Hasan, 2002, Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Lexi J, Moleong, 2002, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mardalis, 1995, Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal, Jakarta: Bumi Aksara.
- Nana Syaodih Sukmadinata, 2007, Metode Penelitian Pendidikan, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchjana Effendy, 1990, Radio Siaran Teori & Praktek, Bandung: Mandar Maju.
- PandanYudhaprimesti, Efi Fadilah, 2013, Tren Kebutuhan Kualifikasi Jurnais Radio Pada Industri Radio Siaran Di Kota Bandung. Jurnal Kajian Komunikasi Vol. 1, juni 2013.
- Saifuddin Azwar, 2005, Metode Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Santi Indra, 2013, Jurnalisme Radio Teori dan Praktik, Bandung; Simbiosis Rekatama Media.
- Sedia Willing Barus, 2010, Jurnalistik Petunjuk teknis menulis berita, Jakarta; Erlangga.
- Suharsimi Arikunto, 1991, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta: Rineka Cipta

Keris Sebagai Jimat Dengan Pendekatan Ilmu Kalam

Ulfatun Hasanah

*Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Walisongo, 50185, Indonesia
ulfatunhasanah92@gmail.com*

INFOARTIKEL

ABSTRAKSI

Riwayat Artikel:
Diterima Juli 2018
Direvisi Agustus 2018
Disetujui September 2018

Abstrak: Keris sebagai alat untuk perlindungan dari ancaman-ancaman yang bersifat fisik maupun non fisik. Menurut Islam keris diperbolehkan sebagai alat perlindungan diri, yang tidak diperbolehkan Islam apabila keris disalahgunakan sebagai azimat (jimat). Hukum percaya keris sebagai azimat (jimat) dalam Islam adalah haram dan salah satu perbuatan musyrik (dosa besar). Pendekatan berarti cara pandang, paradigma, metodologi. Pendekatan ilmu kalam adalah cara pandang atau analisis terhadap masalah ketuhanan dengan menggunakan norma-norma agama atau simbol-simbol keagamaan yang ada. Signifikansi kajian ini adalah untuk menunjukkan keris sebagai jimat dengan pendekatan ilmu kalam.

Kata Kunci:
Keris,
Jimat,
Pendekatan Ilmu Kalam

Keywords:
Keris,
Talisman,
Kalam Studies Approach

Abstract: Keris is sort of Java traditional weapon for protection from threats that are both physical and non-physical. According to Islam, the keris is allowed only as a means of personal protection, which Islam is not permitted if the keris is misused as a talisman (amulet). Islam's law believes keris uses as a talisman (amulet) is haram and one of the idolatrous acts (big sin). The approach means perspective, paradigm, and methodology. The Kalam science's approach is a way of look or analyzing the problem of divinity by using religious norms or existing religious symbols. The significance of this study is to show how the keris as a talisman analyzed by Kalam science's approach

I. Pendahuluan

Masalah keyakinan (akidah) ataupun monoteisme murni (ilmu kalam) merupakan salah satu masalah yang fundamental dalam Islam yang menjadi pijakan umat Islam dalam kehidupan sehari-hari. Tanpa akidah yang mantap tidak mungkin (mustahil) seseorang bisa mengamalkan ajaran Islam secara sempurna. Oleh karena itu, dapatlah kita maklumi bahwa pada masa permulaan dakwah Rasulullah SAW di Makkah (periode Makkiah), beliau lebih memprioritaskan penanaman akidah kepada umat Islam daripada ajaran yang lain. Barulah setelah keimanan mereka kokoh beliau meningkatkan kepada masalah syari'ah, muamalah, maupun doktrin yang lainnya.

Ilmu kalam adalah ilmu keislaman yang membahas masalah akidah atau keimanan berdasarkan argumen rasional dan, tentu saja, tanpa mengesampingkan nash al-Qur'an dan as-Sunnah. Di dalam pembahasannya, para mutakalim lazim mengetengahkan dalil rasional terlebih dahulu, lalu memperkuatnya dengan dalil nash al-Qur'an dan al-Hadits.

Ketika dunia Islam berada pada Dinasti Bani Abbas, pada Khalifah Al-Ma'mun (813-833), suasana perkembangan pemikiran umat mulai memperlihatkan kecenderungan baru. Pada penghujung abad pertama atau awal abad kedua hijriyah, muncul diskusi sistematis dan silang pendapat di sekitar persoalan kalam, seperti masalah iman dan kufur, pelaku dosa besar, dan

masalah qadha dan qadhar. Diskusi ini pula yang pada gilirannya melahirkan ilmu kalam yang memusatkan materi bahasan pada aspek akidah Islamiah (ilmu kalam).

Dunia pusaka keris adalah dunia yang sangat menarik untuk dikaji. Mengapa demikian? Tidak bisa dipungkiri, banyak orang yang pro dan kontra terhadap benda peninggalan budaya yang satu ini. Ada banyak mitos yang berkembang di sekitarnya, ada pula yang menafikkannya dan menganggapnya suatu hal yang tidak penting. Salah satu mitos yang berkembang pada keris adalah keberadaannya yang digunakan sebagai jimat. "Percaya keris sebagai jimat" adalah salah satu bentuk syirik. Benda keramat, pusaka, benda antik, atau benda apa pun yang dianggap/dipercaya punya "kekuatan ghaib" dalam istilah bahasa Arab disebut "tamimah". Firman Allah SWT:

إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ غَيْبُوكُمْ وَيَعْلَمُ مَا تَدْعُونَ مَا تَدْعُونَ لَكُمْ مِنْ شَيْءٍ وَرَبُّكُمْ فَتَرْفَعُونَ أَعْيُنَكُمْ عَنِ السُّجُودِ وَإِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ۝٤٨

Artinya: "Sesungguhnya Allah tidak akan mengampuni dosa syirik dan Dia akan mengampuni dosa di bawah tingkatan syirik bagi siapa saja yang dikehendaki-Nya." (QS. An Nisaa' : 48).¹

Dalam memahami agama banyak pendekatan yang dapat dilakukan. Hal demikian perlu dilakukan, karena pendekatan tersebut kehadiran agama secara fungsional dapat dirasakan oleh penganutnya, sebaliknya tanpa mengetahui berbagai pendekatan tersebut, tidak mustahil agama menjadi sulit difahami oleh masyarakat dan tidak fungsional. Berbagai pendekatan tersebut diantaranya ialah pendekatan ilmu kalam. Adapun yang dimaksud dengan pendekatan di sini adalah cara pandang atau paradigma yang terdapat dalam suatu bidang ilmu yang selanjutnya digunakan dalam memahami agama. Maka dari itu peneliti ingin mengupas lebih lanjut bagaimana "keris sebagai jimat" dengan pendekatan ilmu kalam.

II. Kajian Pustaka

A. Pengertian Pendekatan Ilmu Kalam

Kata pendekatan berasal dari bahasa Inggris approach yang berarti cara pandang atau paradigma terhadap sesuatu. Dalam Bahasa Arab disebut dengan madkhal. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia pendekatan yaitu: (1) proses pembuatan, cara mendekati; (2) usaha dalam rangka aktivitas penelitian untuk mengadakan hubungan dengan orang yang diteliti; metode-metode untuk mencapai pengertian tentang penelitian. Dalam konteks agama, pendekatan adalah cara pandang atau paradigma yang terdapat dalam suatu bidang ilmu yang selanjutnya digunakan dalam memahami agama.²

Secara bahasa (etimologi), kalam berasal dari bahasa Arab yang artinya pembicaraan, yakni pembicaraan yang bernalar dengan menggunakan logika atau nalar berfikir. Secara istilah (terminologi), ilmu kalam adalah salah satu cabang keilmuan Islam yang membahas tentang cara menetapkan kepercayaan atau keimanan terhadap agama menggunakan bukti-bukti yang telah menyakinkan. Ilmu kalam ini tidak jauh dari segi keimanan (rukun iman). Maka dari itu ada beberapa ahli menamai ilmu kalam dengan ilmu ushuluddin (ajaran dasar agama), ilmu aqo'id/akidah (keyakinan), ilmu tauhid (keesaan Allah SWT). Dalam perkembangan terakhir, termasuk di Indonesia ilmu ini mulai populer dengan nama teologi Islam (Ilmu tentang Ketuhanan)³.

"Menurut Ibn Khaldun, ilmu kalam adalah keilmuan yang di dalamnya memuat argumen atau dalil yang bersifat rasional untuk digunakan sebagai pembelaan terhadap akidah yang diimani, dan memuat pengelakan terhadap golongan yang menyimpang dari madzab yang benar serta ahli sunnah.

¹APP. 2007. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk

²Ajahari. 2011. "Memahami Islam Perspektif Metodologis." *Jurnal Tarbiyatuna PAI*, Vol. 1 (1), hal 4

³Khunaifi, Agus. 2012. *Ilmu Tauhid (Sebuah Pengantar Menuju Muslim Moderan)*. Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, hal 54

Menurut Muhammad Abduh, ilmu kalam ialah ilmu yang membahas tentang wujud Allah, sifat-sifat wajib yang ada bagi-Nya, sifat-sifat jaiz yang sifatkan bagi-Nya, dan sifat-sifat yang tidak ada bagi-Nya. Ilmu kalam juga membahas tentang rasul-rasul Allah untuk menetapkan kebenaran risalahnya, apa yang wajib ada pada dirinya, hal-hal yang jaiz yang dihubungkan kepada diri mereka”.⁴ Adapun skema ilmu kalam, sebagai berikut:

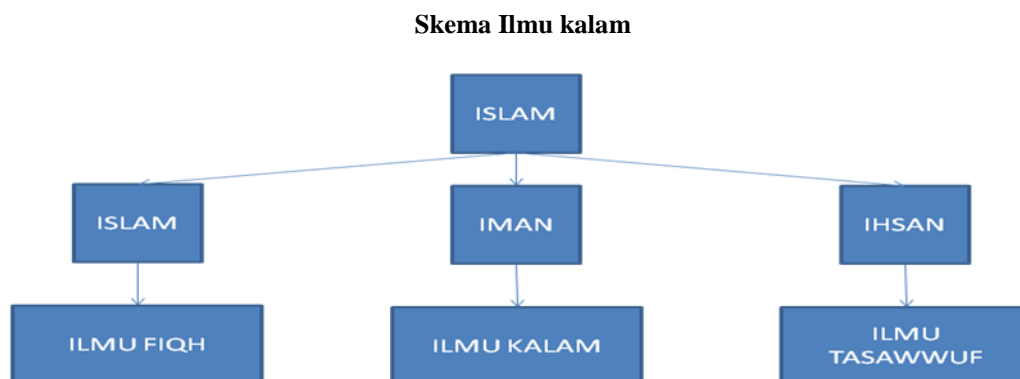


Fig. 1. Skema Ilmu kalam⁵

Skema di atas bahwa yang menopang dan menguatkan sistem nilai ajaran Islam terdiri atas tiga pilar, yaitu: Iman sebagai landasan akidah. Islam sebagai manifestasi syariat, ibadah dan muamalah. Serta Ihsan sebagai aktualisasi akhlak. Menurut Hasan Al-Banna ruang lingkup ilmu kalam sendiri, meliputi illahiyyat (pembahasan ilmu kalam yang berkaitan tentang Allah SWT, baik wujud-Nya, sifat-Nya, maupun asma'-Nya), nuhuwat (pembahasan terkait kenabian dan kerasulan, termasuk kitab dan mukjizatnya), Rohaniyyat (membahas hubungan sesuatu yang ghaib, mencakup malaikat, setan, jin, dan sejenisnya), dan Sam'iyat (berkaitan dengan hal-hal yang hanya diterima melalui dalil-dalil atau pendengaran, misalnya alam kubur, akhirat, surga, dan sebagainya).

Berdasarkan uraian di atas, pendekatan ilmu kalam adalah cara pandang atau analisis terhadap masalah Ketuhanan dengan menggunakan norma-norma agama atau simbol-simbol keagamaan yang ada. Pendekatan ilmu kalam tidak bisa dilepas dari kehidupan umat beragama di tengah-tengah masyarakat.⁶

B. Sejarah Munculnya Ilmu Kalam

Adapun sejarah munculnya ilmu kalam, sebagai berikut:

1. Masa Rasulullah SAW. Di zaman Nabi Muhammad SAW umat Islam dapat kompak dalam lapangan agama, termasuk di bidang akidah. Kalau ada hal-hal yang diperselisihkan di antara para sahabat, mereka mengembalikan persoalannya kepada Nabi. Maka penjelasan beliau itulah yang kemudian menjadi pegangan dan ditaati.⁷
2. Masa Khulafaurrasyidin. Pada dasarnya masalah akidah di masa Khulafaurrasyidin tidak jauh berbeda dengan masa Rasulullah. Para Khalifah selalu menjaga akidah keimanan sebagaimana yang diajarkan oleh Rasulullah dan melaksanakan apa yang diperintahkan Allah serta menjauhi semua yang dilarangnya. Mereka juga berusaha tidak mempertentangkan masalah-masalah akidah. Dengan terbunuhnya Khalifah Utsman bin 'Affan, disusul dengan bai'at Ali bin Abu Thalib yang hanya disetujui oleh penduduk Madinah saja, diiringi dengan pertempuran-pertempuran di kalangan umat Islam yang

⁴Jamrah, Suryan A. 2015. *Studi Ilmu Kalam*. Jakarta: Kencana, hal 23

⁵ Ibid, hal 24

⁶Mustafa, Muhdagin Dg. 2006. "Reorientasi Teologi Islam Dalam Konteks Pluralisme Beragama (Telaah Kritis dengan Pendekatan Teologis Normatif, Dialogis danKonvergensi)." Jurnal Hunafa, Vol. 3 (2)., hal 6

⁷Nasir, Salihun A. 2010. *Pemikiran Kalam (Teologi Islam) Sejarah, Ajaran, dan Perkembangannya*. Jakarta: Rajawali Pers., hal 57

mengakibatkan timbul kekacauan politik, yang akhirnya menjuruskan pembentukan suatu aliran/paham di kemudian hari. Masalah Imamah dan syarat-syaratnya menjadi topik pembicaraan setelah terjadinya peristiwa khalifah Utsman terbunuh. Lebih lanjut dihubungkan dengan masalah siapa yang melakukan pembunuhan itu. Di sini timbul bibit paham Qadariyah dan Jabariyah.

3. Masa Bani Umayyah. Akibat dari kekacauan politik pada masa Khalifah Ustman bin 'Affan. dan Ali, timbul beberapa golongan dalam Islam, yaitu golongan Khawarij, Syi'ah dan Murji'ah. Golongan ini pada mulanya tumbuh disebabkan ada unsur politik, namun pada kelanjutannya berkembang menjadi aliran keagamaan. Hal ini terjadi disebabkan masing-masing berusaha untuk memperkuat pendirian-pendirian politik mereka dengan menggunakan dalih agama yang bisa menguntungkan politik mereka. Golongan Khawarij mengafirkan yang lain. Golongan Syi'ah mengukufurkan orang-orang berbuat dosa besar, dan mempercayai seorang imam termasuk rukun iman. Bagi golongan Murji'ah siapa beriman kepada Allah dan Rasul-Rasulnya sudah termasuk mukmin, meskipun dia berbuat dosa besar. Bahkan ada di kalangan Murji'ah yang berpendapat iman adalah kepercayaan dalam hati, meskipun lisannya mengatakan kekafiran. Kemudian timbul pendapat yang lain dan berpendapat bahwa orang yang melakukan dosa besar bukanlah kafir dan bukan pula mukmin. Pendapat ini dipelopori oleh Washil bin 'Atha yang kemudian menjadi aliran Muktazilah. Pada masa ini perbincangan masalah qadar dan masalah istith'ah yang dipelopori oleh Ma'bad al-Juhani Cs (Qadariyah). Di lain pihak ada yang meniadakan kudrat dan iradat manusia yang ditokohi oleh Jaham bin Safwan (Jabariyah).
4. Masa Bani Abbasiyah. Di masa ini masalah akidah Islam lebih kompleks persoalannya. Masalahnya lebih menjadi rumit apabila dibandingkan dengan masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin. Argumentasi-argumentasi yang digunakan untuk mengiktikadkan wujud Tuhan dan Keesaan-Nya sangat berbeda dengan jaman-jaman sebelumnya. Demikian pula masalah zat dan sifat serta qadha dan qadar di jaman Rasulullah dan Khalifaturrasyidin tidak diperbincangkan, akan tetapi pada masa ini masalah tersebut benar-benar menjadi obyek persoalan. Di samping masalah itu juga masalah "sifat aktif", "sifat ilmu", "sifat kalam", kejasmanian", "arham", "ru'yah", dan keadilan Tuhan menjadi objek pembicaraan di antara mutakallimin. Tokoh-tokoh mutakallimin yang dikenal di masa ini antara lain Washil bin Atha (pendiri aliran Muktazilah), Imam Asy'ari (pendiri aliran Asy'ariyah), dan Maturidy (pendiri aliran Maturidiyah).

Lahirnya ilmu kalam yang berkembang di masa Abbasiyah dan sekarang menjadi panutan umat Islam di jaman ini, seperti di Indonesia.⁸

C. Pijakan Paradigmatik-Teoritis Ilmu Kalam

Sebuah disiplin ilmu lahir dari sebuah proses revolusi paradigma/pendekatan. Paradigma itu sendiri sering disebut dengan cara pandang atau world view atau teori dominan dari ilmu tertentu.

Pada konteks pendekatan ilmu kalam, paradigma yang digunakan adalah paradigma burhani, yakni the nature of knowledge (realisme, realitas sosial, dan realitas alam), the origin of knowledge (realitas tersebut dikaji secara rasional empiris, metode ilmiah), dan the validity of knowledge (objektif dan intersubjektif).⁹

Adapun pijakan paradigmatik-teoritis Ilmu kalam/teologis dalam memahami agama sendiri ada tiga macam, sebagai berikut:

1. Paradigma Teologis Normatif. Paradigma teologis normatif dalam memahami agama, ialah upaya memahami agama dengan menggunakan kerangka ilmu Ketuhanan

⁸Dzajimah, Nurul. 2012. "Pendekatan Sosio-Historis Alternatif dalam Memahami Perkembangan Ilmu Kalam." Jurnal, Vol 11 (1), hal 6
⁹Ibid, hal 5

yang bertolak dari suatu keyakinan bahwa wujud empirik dari suatu keagamaan dianggap sebagai yang paling benar bila dibandingkan dengan yang lainnya. Melihat agama sebagai suatu kebenaran yang mutlak dari Tuhan, tidak ada kekurangan sedikit pun dan nampak bersifat ideal.¹⁰

2. Paradigma Teologis-Dialogis. Dalam Kamus besar bahasa Indonesia, dialogis berasal dari kata dialog, yang berarti percakapan, cerita. Sedangkan dalam Kamus Inggris-Indonesia, kata dialogis atau dialogue berarti perbincangan atau percakapan. Dari beberapa pengertian dialogis ini maka dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan paradigma dialogis dalam pembahasan ini adalah metode pendekatan terhadap agama melalui dialog nilai-nilai normatif masing-masing aliran atau agama. Oleh karena itu, perlu adanya keterbukaan antara satu agama dengan agama lainnya.
3. Paradigma Teologis-Konvergensi. Kata “konvergensi” berasal dari kata “converge” yang berarti bertemu, berkumpul atau berjumpa. Selanjutnya kata ini menjadi “convergence” yang berarti tindakan bertemu, bersatu di satu tempat, pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat, atau menuju ke suatu titik pertemuan atau memusat. Maksudnya dari pendekatan ini ialah ingin mempersatukan unsur-unsur esensial dalam agama-agama, sehingga tidak nampak perbedaan yang esensial. Dalam kondisi demikian, agama dan penganutnya dapat disatukan dalam satu konsep teologi universal dan umatnya disatukan sebagai satu umat beragama

Dari ketiga metode paradigma teologis tersebut di atas, maka yang paling akurat dipergunakan menurut analisa penulis adalah pendekatan teologis konvergensi, di mana pendekatan ini telah tercakup di dalamnya nilai-nilai normatif dan dialogis. Lain halnya hanya dengan menggunakan metode pendekatan normatif atau dialogis saja, belum tentu terdapat unsur konvergensi di dalamnya.¹¹

D. Langkah Praktis-Metodis Pendekatan Ilmu Kalam

Dalam pendekatan ilmu kalam terdapat langkah-langkah praktis-metodis, sebagai berikut (1) Menentukan topik atau tema yang akan diteliti; (2) Pengumpulan data dengan cara: observasi/pengamatan, interview/wawancara, dan dokumentasi; (3) Menentukan dialektika dengan konteks yang diteliti; (4) Interpretasi (analisis) dan mendiskripsikan topik tersebut agar berkembang di dalam masyarakat; (5) Laporan hasil penelitian.¹²

E. Tokoh Pendekatan Ilmu Kalam

Banyak tokoh dalam pendekatan ilmu kalam yang penulis tidak dapat sebutkan semuanya, adapun tokoh pendekatan ilmu kalam era modern antara lain:

1. Imam Al-Farugi. Dengan pemikirannya menjelaskan tentang tauhid adalah tauhid sebagai inti agama pengalaman, pandangan dunia, intisari Islam, prinsip sejarah, prinsip pengetahuan, prinsip metafisik, etika, tata sosial, umamah, keluarga, tata politik, ekonomi dan estetika. Contoh karyanya “Tauhid: Its Implications for Thought and life (1982).
2. Imam Ahmad Hanafi. Dokrin Imam ahmad Hanafi tentang: teologi tradisional; teologi tradisional menurutnya lahir dalam konteks sejarah kepercayaan keda Tuhan diserang oleh sikte budaya lama dengan tujuan menahan dokrin lama, tetapi zaman sekarang sudah berubah. Kemudian beliau menawarkan konsep perlunya rekontruksi teologi. Contoh karyanya Qadhanya Mu’ashirat fi Fikrina Al-Mu’ashir (1976), Al-Turats wa Al-Tajdid, dan sebagainya.

¹⁰Nalion, Amfa, *Pendekatan Teologi Ilmu Kalam*, dalam <http://amvanalion.blogspot.co.id/p/pendekatan-teologiilmu-kalam.html>, pada 5 Maret 2015, hal 5

¹¹Mustafa, Muhdagin Dg. 2006. “Reorientasi Teologi Islam Dalam Konteks Pluralisme Beragama (Telaah Kritis dengan Pendekatan Teologis Normatif, Dialogis danKonvergensi).” *Jurnal Hunafa*, Vol. 3 (2), hal 6

¹²ibid, hal 7

3. Harun Nasution. Pemikiran beliau dengan ilmu kalam adalah pertama, tentang peran akal dalam Islam memberikan pengaruh besar. Kedua, perlunya pembaharuan teologi, maksud pembaharuan tersebut adalah teologi Islam harus mengacu pada konsep free-will, rasional, dan mandiri. Ketiga, perlunya hubungan antara wahyu dengan akal. Banyak buku yang sudah ditulisnya, seperti: Islam ditinjau dari berbagai aspeknya, teologi Islam, dan sebagainya.¹³

F. Keris sebagai Jimat dengan Pendekatan Ilmu Kalam

Hukum menyakini atau mempercayai benda pusaka didasarkan pada keyakinan kita dalam menilai benda tersebut. Sedangkan bagi banyak orang yang meyakini adanya makhluk gaib di dalam benda-benda pusaka itu, kemudian meminta bantuan makhluk gaib yang ada di dalamnya apalagi dengan melakukan ritual seperti pembakaran dupa dan pembacaanajian-ajian atau mantra, maka bisa berakibat kekufuran jika meyakini dengan ritual tersebut jin yang ada di dalamnya bisa tunduk dan mau melakukan segala kehendaknya. Padahal semua kekuatan dan sumber kekuatan hanyalah dari Allah SWT semata.¹⁴

Jimat atau tamimah pada masa jahiliyah adalah sesuatu yang dikalungkan pada anak kecil atau binatang dengan maksud untuk menolak 'ain. Namun hakikat jimat tidak terbatas pada bentuk dan kasus tertentu akan tetapi mencakup semua benda dari bahan apapun dan bagaimanapun cara pakainya. Adapun bentuk-bentuk jimat yang ada di masyarakat, antara lain: (1) batu akik, keris, rajah, rantai babi, mustika, benda-benda bertuah, dan lain-lain, (2) jimat keberuntungan, (3) jimat penghasilan, (4) jimat penglaris dagangan, (5) jimat kekuatan dan keberanian, (6) jimat kebal senjata tajam, (7) jimat perlindungan diri, (8) jimat perlindungan kendaraan dan rumah, (9) jimat kecintaan, (10) jimat keselamatan, dan sebagainya.

Keris berasal dari bahasa sansekerta yaitu kres yang berarti menghunus, kemudian di dalam bahasa Jawa kuno menjadi kris, dan akhirnya masyarakat Jawa saat ini mengenalnya dengan sebutan keris. Ejaan keris banyak ditemukan dalam literatur Barat, di antaranya: karis, calis, crist, cries, crest, kriss dan krees. Salah satu peneliti yang menciptakan keris adalah Wanapalawijaya (230 M). Keris juga didapati di berbagai negara tetangga, terutama di bekas wilayah kekuasaan Kerajaan Majapahit dan Sriwijaya.¹⁵

Percaya keris sebagai azimat (jimat) dengan pendekatan ilmu kalam termasuk salah satu perbuatan syirik (musyrik). Syirik adalah lawan dari tauhid, yang berarti mempercayai banyak Tuhan selain Allah, yang dalam istilah Barat disebut politeisme. Pelaku tindakan syirik disebut musyrik. Dengan demikian, syirik adalah penyimpangan dari akidah tauhid yang diajarkan oleh para Nabi dan Rasul Allah.

Para ulama lazim membedakan syirik ini kepada syirik nyata (syirik besar) dan syirik terselubung (syirik kecil). Syirik nyata adalah tindakan kemusyrikan yang mempercayai atau menyekutukan Allah dengan Tuhan atau beberapa Tuhan yang lain. Syirik terselubung adalah tidak menyentuh langsung masalah bilangan Tuhan, melainkan lebih banyak berkaitan dengan perilaku keberagaman yang menyentuh aspek tauhid sifat dan af'al, seperti sifat sombong dan pamer.

Umat Islam dapat dijamin tidak akan terjerumus kepada syirik nyata, dalam arti secara sadar mengakui adanya Tuhan selain Allah. Namun tidak demikian halnya dengan syirik terselubung, kemungkinan umat Islam melakukannya sangat besar. Karena syirik ini sangat halus dan terselubung.

¹³Mustafa, Muhdagin Dg. 2006. "Reorientasi Teologi Islam Dalam Konteks Pluralisme Beragama (Telaah Kritis dengan Pendekatan Teologis Normatif, Dialogis danKonvergensi)." Jurnal Hunafa, Vol. 3 (2), hal 7

¹⁴Kusein, *Rajin Salat Tetapi Percaya Azimat*, dalam [http:// inilahrisalahislam. blogspot. co. Id / 2016/ 02/rajin-sholat-tapi-percaya-azimat.html](http://inilahrisalahislam.blogspot.co.id/2016/02/rajin-sholat-tapi-percaya-azimat.html), pada 10 Februari 2016, hal 7

¹⁵Mustafa, hal 37

Begitu tersembunyinya syirik terselubung ini, sehingga sangat sulit dideteksi. Oleh karenanya, umat Islam harus waspada dan hati-hati. Sejauh tidak melakukan syirik nyata, seorang muslim mungkin masih dapat dikatakan sebagai ahli tauhid, tetapi dengan melakukan syirik terselubung ini berarti telah menodai kemurnian akidah tauhid itu sendiri. Tidak mustahil, bila syirik terselubung ini dilakukan terus-menerus, lebih-lebih dalam kondisi mengetahui dan sadar, dapat mendekatkan bahkan menjerumuskan seseorang pada syirik nyata. Misalnya, percaya keris sebagai jimat dapat mendatangkan keberuntungan, kekayaan, pelet, dan sebagainya, berarti ia telah menodai bahkan merusak kemurnian tauhid uluhiyyah. Karena, tindakan ini jelas telah menyimpang dari prinsip tauhid yang percaya adanya “kekuatan ghaib” di dalam keris.¹⁶ Apabila sampai keris digunakan sebagai azimat (jimat) Allah berfirman :

وَإِذْ قَالَ لُقْمَانُ لِابْنِهِ وَهُوَ يَعِظُهُ يَا بُنَيَّ لَا تُشْرِكْ بِاللَّهِ إِنَّ الشِّرْكَ أَكْظَمُ الْعَظِيمِ ۝ ١٣

Artinya: “Dan (ingatlah) ketika Luqman berkata kepada anaknya, di waktu ia memberi pelajaran kepadanya: "Hai anakku, janganlah kamu mempersekutukan Allah, sesungguhnya mempersekutukan (Allah) adalah benar-benar kezaliman yang besar.” (QS. Lukman: 13)¹⁷

Dan firmanNya pula:

لَقَدْ كَفَرَ الَّذِينَ قَالُوا إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمَسِيحُ ابْنُ مَرْيَمَ قَالُوا قَالُوا لِمَسِيحُ بْنُ مَرْيَمَ عِيَالًا عَبْدُوا اللَّهَ بِيَوْمِ بَكْمَانِهِ مَنِئِشْرَ كِبَالِهِمْ فَقَدَحَرَّمَ اللَّهُ عَلَيْهِ الْجَنَّةَ وَمَا وَهَهُ النَّارُ وَمَا لِلظَّالِمِينَ أَنْصَارٌ ۝ ٧٢

Artinya: “Sesungguhnya telah kafirlah orang-orang yang berkata: "Sesungguhnya Allah ialah Al Masih putera Maryam", padahal Al Masih (sendiri) berkata: "Hai Bani Israil, sembahlah Allah Tuhanku dan Tuhanmu". Sesungguhnya orang yang mempersekutukan (sesuatu dengan) Allah, maka pasti Allah mengharamkan kepadanya surga, dan tempatnya ialah neraka, tidaklah ada bagi orang-orang zalim itu seorang penolongpun.” (QS. Al-Maidah: 72)¹⁸

Dalam hadits yang shahih disebutkan bahwa Rasulullah SAW bersabda: “Maukah kutunjukkan padamu dosa yang paling besar?” Hal itu dinyatakan oleh Nabi SAW sebanyak tiga kali. Lalu para sahabat menjawab: “Ya, tunjukkanlah, wahai Rasulullah.” Nabi lalu menjawab: “Yaitu menyekutukan Allah (dengan sekutu), dan durhaka kepada kedua orang tuanya (Ibu dan Bapak).” Nabi dalam keadaan bertongkat lalu duduk sambil mengatakan “Ketahuilah pula, dosa beromong yang dusta dan bersaksi palsu.” Sahabat berkata: “Senantiasa Nabi mengulangi ucapan tersebut sampai kami mengharapakan semoga Nabi itu diam.” (HR. Bukhari dan Ahmad).¹⁹

Islam mengharuskan umatnya percaya pada hal ghaib, namun yang dimaksud ghaib yang harus diimani itu adalah Allah SWT, para malaikat, dan hari akhir. Penyebab syirik antara lain: taklid/meniru, keterbatasan daya pikir, kekosongan, hawa nafsu, dan faktor lain (sombong) (Kusein, 2016: 3). (1) Selain percaya keris sebagai jimat merupakan perbuatan syirik masih banyak tindakan lain yang berupa mitos dan khurafat seperti telah diuraikan dapat menodai dan merusak kemurnian akidah tauhid yang pelakunya tertangkap ke dalam syirik terselubung, antara lain; (2) Seseorang yang pergi berziarah ke makam orang tertentu misalnya, lalu meminta sesuatu kepada orang yang telah menjadi tulang belulang di liang lahat tersebut, berarti ia telah menodai bahkan merusak kemurnian tauhid. (3) Seseorang yang menyajikan sesajen dengan maksud menjalin hubungan dengan roh halus yang diyakini sebagai penjaga tempat tertentu, berarti telah menodai bahkan merusak tauhid. (4) Riya’ (pamer agar dipuji dan dipandang hebat) dan sombong merupakan salah satu syirik terselubung. (5) Memakai gelang, benang, dan sejenisnya sebagai

¹⁶Jamrah, Suryan A. 2015. *Studi Ilmu Kalam*. Jakarta: Kencana. Hal 61-63

¹⁷APP. 2007. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk

¹⁸Ibid

¹⁹Muhammad, Imam Abu Abdullah. 1990. *Dosa-Dosa Besar*. Surabaya: Bina Ilmu Offset., hal 5-6

pengusir dan penangkal mara bahaya termasuk perbuatan syirik. Imran bin Husain menuturkan bahwa Rasulullah melihat seorang yang memakai halqah dari kuningan.

Beliau lantas bersabda: “Apa ini?” Orang itu menjawab, “Penangkal sakit.” Nabi bersabda, “Lepaskanlah barang itu. Barang itu hanya akan menambah kelemahan pada dirimu. Kalau engkau meninggal padahal halqah itu masih engkau pakai maka engkau tidak akan beruntung selama-lamanya.” (Hasan, diriwayatkan oleh Ahmad dan Ibnu Majah).²⁰

G. Keris dilihat dalam Perspektif Islam

Keris disebut juga *tosan aji*. *Tosan* berasal dari kata *tos* atau *atos* yang berarti keras (besi), sedangkan *aji* berarti berharga bernilai atau luhur, jadi tosan aji berarti besi yang bernilai. Keris adalah salah satu senjata tikam yang terbuat dari campuran bahan besi, baja, dan pamor (nikel, batu meteor, besi pamor). *Al-Qur'an* menjelaskan bahwa Allah telah menurunkan besi agar dapat dimanfaatkan manusia, yaitu dalam surat Al-Hadid ayat 25:

لَقَدْ آرَسْنَا سُلَاطِنَاتِنَا لَلْيَبِينُوا أَنزَلْنَا إِلَيْكُمُ الْكِتَابَ الْكَلِيمَ الْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنفَعَةٌ لِّلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَن يَنصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْإِيمَانِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُعِزُّ مَن يَشَاءُ ۗ

Artinya: “Sesungguhnya Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah Kami turunkan bersama mereka Al Kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. Dan Kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)Nya dan rasul-rasul-Nya padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha Kuat lagi Maha Perkasa.” (QS. Al-Hadid: 25)²¹

Islam tidak pernah melarang manusia memiliki sebilah keris, karena fungsikeris selain sebagai alat penusuk juga sebagai alat untuk mempertahankan diri dari ancaman-ancaman. Allah memerintahkan umat-Nya untuk membuat alat yang dapat melindungi dirinya dari peperangan, yaitu dalam surat Saba' ayat 11:

أَنْ أَعْمَلَ سُلَيْمَاتٍ وَقَدِرَ فِي السَّرَّيِّ وَأَعْمَلُوا صُلْحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ۙ

Artinya: “(yaitu) buatlah baju besi yang besar-besar dan ukurlah anyamannya; dan kerjakanlah amalan yang saleh. Sesungguhnya Aku melihat apa yang kamu kerjakan.” (QS. Saba': 11)²²

Zaman sekarang ini, dapat dilihat bahwa banyak peralatan yang dibuat manusia tidak lepas dari bahan besi, salah satunya adalah keris. Keris diciptakan manusia dengan berbagai macam kegunaan. Keris adalah senjata yang digunakan untuk mempertahankan diri dari serangan lawan. Teknologi pembuatan keris saat ini menggunakan bara api yang panas.

Awalnya besi dibakar di dalam pembakaran hingga besi berwarna merah (seperti api), kemudian besi ditempa di atas paron besi atau landasan besi bekal-kali. Proses pengolahan besi seperti ini, juga di jelaskan dalam *Al-Qur'an* surat Al-Kahfi ayat 96:

ءَاثُونِي رُبْرَ الْحَدِيدِ حَتَّىٰ إِذَا سَاوَىٰ بَيْنَ الصَّدَفَيْنِ قَالَ أَنفُخُوا حَتَّىٰ إِذَا جَعَلَهُ نَارًا قَالَ ءَاثُونِي أُفْرِغْ غَيْرَ قَطْرًا ۙ

Artinya: Berilah aku potongan-potongan besi. Hingga apabila besi itu telah sama rata dengan kedua (puncak) gunung itu, berkatalah Dzulkarnain: "Tiuplah (api itu)". Hingga apabila besi itu sudah

²⁰Jamrah, Suryan A. 2015. *Studi Ilmu Kalam*. Jakarta: Kencana. Hal 63-65

²¹APP. 2007. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk

²² ibid

menjadi (merah seperti) api, diapun berkata: "Berilah aku tembaga (yang mendidih) agar aku kutuangkan ke atas besi panas itu." (QS. Al-Kahfi: 96)²³

Jenis bahan besi yang digunakan untuk membuat keris ada bermacam-macam jenis. Nama-nama besi bahan keris antara lain: *Besi karang kijang, besipuroseni, besi mangangkang, besi walulin, besi katum, besi kamboja, besi ambal, besi sinduaji, besi tumpang, besi warani, besi welangi, besi terate, besi malelalui yung, besi malela, besi kenur, besi tumbuk, besi balitung, besi keleman, besi penuh*, dan masih banyak lagi jenisnya.

Bahan-bahan tersebut digunakan sesuai keinginan pembuat keris. Agama Islam tidak pernah melarang manusia untuk memiliki keris, apabila ada pandangan yang mengatakan bahwa keris adalah benda yang akan menyesatkan kepercayaan manusia terhadap Tuhan (musyrik) maka yang patut disalahkan adalah orang yang memiliki keris bukan keris itu sendiri. Manusia diciptakan Tuhan sebagai makhluk yang paling tinggi martabatnya dibandingkan dengan makhluk ciptaan Tuhan lainnya. Manusia diciptakan Tuhan dilengkapi dengan akal dan pikiran, sedangkan keris hanyalah benda mati ciptaan manusia. Keris sebagai saksi sejarah kemerdekaan, banyak tokoh pejuang zaman dahulu, berjuang melawan penjajah Belanda dengan sebilah keris, di antaranya: Pangeran Diponegoro, Tuanku Imam Bonjol, Panglima Sudirman, Kiai Maja, dan tokoh pejuang lainnya. Tokoh-tokoh tersebut tidak mungkin dikatakan musyrik karena mereka merupakan orang yang gigih dalam berjuang di jalan Allah, mereka taat menjalankan perintah agama dan mereka termasuk orang yang sukamelaakukan *prihatin*.

Anggapan-anggapan yang mengatakan bahwa keris adalah benda yang dapat menyesatkan manusia, mungkin didasari pada fenomena-fenomena yang ada di masyarakat saat ini. Orang-orang sering memberikan penghormatan yang berlebihan pada sebilah keris, bahkan ada yang menyembah terlebih dahulu sebelum membuka keris dari warangkanya. Perilaku-perilaku semacam itu, bagi komunitas pecinta keris tidaklah disalahkan, asal sewajarnya saja dan tidak berlebihan. Al-Qur'an menjelaskan bahwa Allah tidak menyukai sesuatu yang berlebihan, yaitu:

وَأَذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَمِيثَاقَهُ الَّذِي وَاثَقْتُمْ بِهِ إِذْ قُلْتُمْ سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا وَأَنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ بِذَاتِ الصُّدُورِ ۝۷

Artinya: "Dan ingatlah karunia Allah kepadamu dan perjanjian-Nya yang telah diikat-Nya dengan kamu, ketika kamu mengatakan: "Kami dengar dan kami taati". Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Mengetahui isi hati(mu)". (QS. Al-Maidah: 7)²⁴

Menghormati keris, dalam dunia perkerisan diperbolehkan, asal tidak berlebihan.²⁵ dalam bukunya yang berjudul "*Tanya jawab soal keris*" memberikan gambaran bagaimana menghormati benda secara wajar dan tidak berlebihan:

"Secarik kain berwarna merah terkadang digunakan sebagai lap debu. Kain putih sering dipakai untuk bahan sarung bantal. Apabila kedua carik kain tersebut dijahit dan disambung menjadi sebuah bendera, maka kita akan menempatkan Sang Dwi Warna itu di tempat yang terhormat, bahkan pada upacara-upacara resmi, kita akan memberikan penghormatan kepada bendera itu. Penghormatan yang kita lakukan,

²³ APP. 2007. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk

²⁴ Ibid

²⁵ Harsrinuksmo, Bambang. 1985. *Tanya Jawab Soal Keris*. Jakarta: PT. Grafikatama Jaya., hal 19

tentu bukan karena duacarik kain yang berwarna merah dan putih, melainkan lambang yang tersirat pada bendera itu. Merah Putih adalah lambang kedaulatan tanah air kita.”

Cara menghormati keris yang benar dan wajar adalah dengan tidak menempatkan keris di sembarang tempat, tidak menaruhnya di dapur, gudang, bagasi mobil dan sebagainya. Cara memegangnya juga tidak seperti memegang golok pencacah daging atau pisau dapur.

Perilaku semacam itu (penghormatan keris yang berlebihan) dapat memberikan citra yang kurang baik terhadap keris. Masyarakat menganggap keris sebagai benda yang menakutkan, karena dapat menyesatkan manusia terhadap Tuhan. Perilaku itu dilakukan karena ketidakpahaman manusia terhadap ilmu tentang perkerisan. Zaman dahulu, keris digolongkan sebagai “*ngelmu ingkangsinengker*” ilmu yang tidak boleh diajarkan kepada sembarang orang, bahkan anaknya sendiri.

Mencuci atau merawat keris diperbolehkan, karena keris merupakan sebuah benda yang terbuat dari logam, dan mudah terkena karat. Merawat keris dapat dilakukan dengan cara memberikan minyak. Umumnya, orang yang memberikan minyak pada keris memiliki tujuan untuk memberi *makan* atau merawat keris dari karatan. Orang beranggapan bahwa merawat keris termasuk perbuatan musyrik, tetapi pada kenyataannya tidak, tergantung dari mana orang yang memandangnya.

Jadi, keris jika dilihat dari perspektif Islam dan dari uraian di atas maka keris tidaklah bertentangan dengan ajaran Islam, mana kala hanya dijadikan sebagai *aksesori*.²⁶ Namun, apabila sampai keris digunakan sebagai azimat (jimat) hukumnya haram/dosa besar dalam Islam.²⁷

H. Studi Kasus Pendekatan Ilmu Kalam

“Fungsi dalam mempelajari ilmu kalam adalah untuk menjadi dasar atau fondasi bagi keimanan kaum muslimin agar tidak mudah goyah dengan adanya guncangan akidah, serta tidak mudah untuk tersesat dengan akulturasi budaya yang seringkali mengaburkan ajaran Islam.”²⁸

Berikut ini contoh studi kasus dengan pendekatan Ilmu Kalam diambil dari kisah nyata Yogi yang mana perbuatannya menimbulkan kemusyrikan sebagai berikut:²⁹

Kisah Misteri: Persugihan Keris Omyang Jimber
(Oleh: Yogi)

Namaku Yogi, sebut saja begitu, umurku 52 tahun. Aku tinggal di sebuah perumahan di Jakarta Selatan bersama isteri dan dua orang putraku. Sampai penghujung tahun 2007, rumah tanggaku tidak menemui masalah yang berarti. Kami hidup rukun dengan segala kebutuhan rumah tanggay selalu bisa aku penuhi. Dua orang putraku pun bisa bersekolah dengan layak, salah satunya sudah duduk dibangku perguruan tinggi dan adiknya masih di bangku SMP. Tapi suatu ketika musibah datang beruntun dan langsung membuatku ambruk hingga tenggelam ke dalam lumpur kenistaan. Padahal baru saja dua bulan aku mengambil kredit di sebuah bank swasta Nasional yang nialinya 700 juta rupiah. Untuk mendapatkan kredit sebesar itu, aku mengagunkan rumah yang aku tempati bersama isteri dan anak-anakku. Uang sejumlah itu aku gunakan untuk modal usaha karena aku sudah lama mendapatkan klien dari Singapura mengirim hiasan rumah tradisional.

Seperti disambar petir di siang bolong, hari itu aku mendapat kabar bahwa barang yang kupesan

²⁶Munir, Muhammad Khafidilil. 2015. “Memahami Konsep Keris Menurut Mt Arifin Dalam Tinjauan Islam.” Skripsi S1, hal 105

²⁷Fakih, Abdul Latif. 2011. *Tauhid (Sebuah Akidah Pembebasan)*. Pamulang: Inbox, hal45

²⁸Mustafa, Muhdagin Dg. 2006. “Reorientasi Teologi Islam Dalam Konteks Pluralisme Beragama (Telaah Kritis dengan Pendekatan Teologis Normatif, Dialogis dan Konvergensi).” Jurnal Hunafa, Vol. 3 (2), hal 3

²⁹Bilikmisteri, *Kisah Misteri: Ritual Persugihan Omyang Jimbe*, dalam <http://www.Bilikmisteri.web.id/>, pada 16 November 2016., hal 1

dari para pengrajin di Tasikmalaya tidak bisa dikirimkan. Alasan mereka belum mendapatkan bayaran sejak tiga bulan yang lalu. Para pengrajin itu menuntut pembayaran semua barang yang mereka kirim senilai hampir setengah milyar. Padahal aku sudah membayarkan semua hak mereka tanpa ada yang aku tunda-tunda. Pembayaran itu aku lakukan melalui kasir dan orang kepercayaan.

Tak hanya itu, masalah lain timbul dari klienku yang di Singapura, dia menuntut aku untuk segera mengirimkan barang pesannya. Panik bukan kepalang, di satu sisi aku harus membayar uang kepada para pengrajin di Tasikmalaya. Di sisi lain aku dituntut untuk mengirim barang di Singapura atau kontrak yang telah kubangun akan segera diputuskan. Artinya aku akan kehilangan klien sekaligus harus membayar utang yang segunung jumlahnya.

Yah, tentu saja bukan aku tidak mencari jalan keluar. Aku sudah melaporkan penggelapan uang, penipuan, dan korupsi pada Kepolisian. Tapi apa pun itu, tidak membuat usahaku lancar. Aku kehilangan klien karena ulah karyawanku yang membawa kabur uangku. Aku tak tahu ke mana harus mencarinya lagi. Alamat yang ditinggalkannya ketika melamar pekerjaan 4 tahun ternyata palsu. Aku sudah menelusuri semua jejak yang pernah dia tinggalkan, tapi semua nihil.

Singkat cerita, aku benar-benar terpuruk, usahaku hancur dan rumahku disita bank karena aku tak mampu membayar hutang. Aku ngontrak di sebuah rumah petakan di Cinere. Tapi itu belum bisa membuat hidupku tenang. Karena perajin di Tasikmalaya masih terus memburuku karena aku masih mempunyai hutang hampir sejumlah 400 juta rupiah. Nyaris setiap hari aku didatangi orang yang menagih hutang dan hampir setiap jam telepon genggamku berbunyi oleh orang-orang yang menagih hutang.

Keterpurukanku itu berlangsung hingga tahun 2009. Sepanjang dua tahun, hidupku benar-benar hancur, untuk mencari makan saja harus meminta bantuan kemana-mana. Anak sulungku terpaksa harus berhentukuliah dan isteriku setiap hari harus ikut mencari nafkah dengan berjualan gorengan dan makanan kecil di depan kontrakan.

Hari itu temanku Haris memperkenalkan aku pada seorang temannya yang bernama Edi. Menurut Haris, temannya yang bernama Edi itu bisa membantu menyelesaikan masalahku dengan kekuatan ghaib. Tertarik dengan hal itu, aku mengajak Haris bertemu dengan Edi di suatu tempat di bilangan Bekasi. Dan hari itu pula aku diajak Edi bertemu dengan seorang spiritualis yang bernama Wisnu. Dari Mas Wisnu inilah aku diberitahu bahwa aku bisa menggelar ritual untuk mendapatkan sejumlah uang dari ghaib.

Menurut Wisnu, spiritualis yang berusia 45 tahun itu, ritual menarik uang ghaib ini menggunakan kekuatan keris Omyang Jimbe. Sebuah keris keramat yang umurnya sudah ratusan tahun. Di rumah mas Wisnu, aku diperlihatkan sebuah keris yang di kepalanya berhias dua orang yang nampak sedang semedi. Itulah yang disebut Mpu Omyang Jimbe pembuat keris pusaka yang kekuatan ghaibnya bisa digunakan untuk menarik uang dari alam ghaib.

Aku semakin antusias karena menurut mas Wisnu tak perlu tumbal untuk mendapatkan uang dari alam ghaib itu. Ghaib tersebut hanya menuntut ritual itu berlaku jujur. Sebab uang yang bisa ditarik dari alam ghaib itu hanya boleh dipergunakan untuk membayar hutang. Yah, dengan bermodalkan keyakinan aku menghadap Mas Wisnu untuk mengadakan perjanjian ritual. Aku diminta untuk menyediakan sejumlah sesajian lengkap untuk menggelar ritual itu. Aku harus menyediakan kembang setaman lengkap dengan kemenyan dan uborampe lainnya.

Singkat cerita ritual tersebut digelar di sebuah tempat keramat di Bogor, Jawa Barat perbatasan Jasinga, Bogor dengan Tangerang Banten. Hari itu Kamis malam Jumat, berdasarkan perhitungan Mas Wisnu, hari itu adalah hari baik untukku dan keluargaku. Ritual itu sendiri baru akan digelar menjelang tengah malam.

Setelah meminta ijin dengan juru kunci, kami langsung menuju lokasi keramat untuk mengenali situasinya. Ternyata tempat keramat ini memang nampak menyeramkan. Pohon-pohon besar berdiri tegak bagaikan raksasa yang tengah berkacak pinggang. Di bawah pohon-pohon besar itu berdiri sebuah gubuk kecil yang gelap gulita. Hanya ada sebuah lampu minyak yang kadang redup tertiuip angin. Aku merasakan banyak getaran ghaib yang menyelimuti tempat keramat tersebut.

Pukul 11 malam, Mas Wisnu mulai memerintahkan anak buahnya untuk mempersiapkan segala sesajian yang kami bawa. Berbagai uborampe digelar dalam cungkup yang luasnya sekitar 10 meter persegi itu. Kembang setaman digelar di atas sehelai kain putih. Perapian mulai dibakar dan sesaat kemudian api mulai menyala membakar arang dalam bokor tembaga. Beberapa batang hio mulai mengepulkan asap yang baunya khas menusuk hidung. Terakhir Mas Wisnumencabut sebuah keris yang bernama Omyang Jimber. Keris itu berdiri tegak di atas sehelai kain putih di depan sesajian. Ritual itu mulai digelar.

Tepat tengah malam, mas Wisnu mulai membacakan mantera dan jampi-jampi yang aku tak mengerti. Beberapa bait mantera dan jampi-jampi dari bahasa Jawa kuno meluncur dari mulutnya. Setelah pembacaan mantera itu selesai, lalu Mas Wisnu memerintahkan seorang asistennya yang masih sangat muda untuk duduk di depan sesajian itu. Sesaat kemudian asistennya yang masih anak muda itu menutupi sebuah kardus dengan kain putih. Kemudian dia

membacakan beberapa mantra sambil duduk bersila di depan sesajian dan kardus itu. Suasana mulai terasa mencekam manakala anak muda itu usai membacakan manteranya. Bulu kudukku terasa lebih merinding dibandingkan beberapa saat lalu. Aku merasa seperti ada makhluk halus yang tengah memperhatikan gerak-gerikku. Sese kali aku mendengar suara burung hantu dan binatang malam yang membuat suasana semakin mencekam. Aku yakin di situ pasti ada makhluk halus yang tengah memperhatikanku. Aku merasakan itu karena hampir seluruh bulu dalam tubuhku berdiri.

Sedang diliputi rasa takut itu, tiba-tiba blarrrrrrrr. Kardus yang ditutup kain putih itu seperti meledak menimbulkan suara gaduh. Jantungku seperti mau copot, aku kaget bukan kepalang, hingga posisi dudukku berubah sedikit mundur. *“Tenang-tenang.. tidak ada apa-apa. Itu hanya sebuah pertanda bahwa ritual kita direstui ghaib dan kita nyaris berhasil.”* Ujar Mas Wisnu manakala melihat keadaanku yang sangat ketakutan. *Tetap konsentasi dan jangan bertindak yang bukan-bukan,*” lanjutnya.

“Nah, ritual ini telah selesai. Mari kita lihat apa yang ada di dalam kardus itu,” tiba-tiba Mas Wisnu membuka kardus itu sesekali aku melihat raut wajahnya yang was-was. *“Al-hamdulillah, ternyata ritual kita berhasil. Silahkan liat apa isi kardus ini,”* tutur Mas Wisnu dengan senyum penuh kebahagiaan.

Dan betapa terkejutnya aku manakala melihat apa yang ada dalam kardus itu. Setelah kuperhatikan, ternyata uang yang selama ini aku damba-dambakan untuk melunasi hutang-hutangku. Yah, singkat cerita kami pulang dengan membawa hasil yang kami harapkan. Dengan uang itu aku membayar seluruh hutangku. Anehnya uang itu memang hanya cukup untuk membayar hutang. Hanya tersisa dua juta saja dari sisa-sisa pembayaran hutangku itu. Tapi syukur, aku bisa melunasi hutang-hutangku meski kini aku harus kembali usahaku dari nol.

Studi kasus di atas adalah contoh pendekatan ilmu kalam yang percaya pada keris memiliki “kekuatan ghaib”. Adapun ritual yang menimbulkan kemusyrikan, antara lain:

No.	Ritual Syirik Yogi
1.	Yogi percaya keris Omyang Jimber bisa menarik uang dari alam ghaib. Uang yang didupatkannya berasal dari keris (kekuatan ghaib roh halus) bukan dari Allah SWT.
2.	Yogi menyediakan sesajian seperti kembang setaman lengkap dengan kemenyan dan uborampe lainnya. Seseorang yang menyajikan sesajian dengan maksud menjalin hubungan dengan roh halus yang diyakini sebagai penjaga tempat tertentu, berarti telah menodai bahkan merusak tauhid.
3.	Yogi percaya perhitungan prambon Hari Kamis malam Jum’at untuk melakukan ritualnya. Seseorang yang mempercayai ramalan tertentu termasuk perbuatan syirik dalam Islam.
4.	Beberapa mantra dan jampi-jampi dari bahasa Kuno meluncur dari mulur Mas Wisnu.
5.	Percaya ritual tersebut memudahkan mendapatkan kekayaan (rizki) secara instan (persugihan).

Tabel 1. Analisis Ritual Syirik Yogi

Faktor penyebab Yogi dapat dengan mudah menjadi musyrik disebabkan adanya kekosongan (mental dan material) dan hawa nafsu. *Pertama*, “kekosongan pengenalan terhadap Tuhan YME”, menyebabkan seseorang mudah melakukan syirik. Adanya alam sekitar tidak cukup baginya untuk dijadikan bukti tentang adanya Tuhan YME. Terlihat Yogi spiritual terhadap Tuhannya rendah, dia begitu saja percaya dengan tipu muslihat temannya.

Kedua, “kekosongan harta”. Kekosongan harta bisa mengakibatkan seseorang mudah mengikuti syirik, apalagi Yogi ada yang mempengaruhinya dengan hanya diiming-imingi seorang spiritual (Mas Wisnu), dengan menggelar sebuah ritual untuk mendapatkan sebuah uang dari ghaib. Hal ini seperti disinyalir oleh Nabi Muhammad SAW: *“Kemiskinan itu mendekati kekufuran.”* Dalam hubungan ini, Imam ‘Ali bin Thalib RA pernah mengatakan: *“Jika seandainya kemiskinan itu (berbentuk) manusia, maka pasti telah aku bunuh.”*³⁰

Ketiga, “kekosongan ilmu dan pemahaman agama yang dipeluk”, bisa juga Yogi menjadi musyrik, karena dia tidak mantap dalam beragama dan tidak mengerti benar tentang agama yang dipeluknya, sehingga mudah terpengaruh dengan hal-hal yang berbau syirik.

³⁰Departemen Agama RI. 2010. *Al-Hidayah Al-Qur’an Tafsir Perkata Tajwid Kode Angka*. Jakarta: Kalim.

Keempat, “kekosongan pembinaan”, Yogi memerlukan pembinaan yang berkesinambungan dan berkelanjutan untuk berkomunikasi dengan Allah SWT, seperti salat maupun membaca Al-Qur'an.

Kelima, “hawa nafsu”, Yogi dilumpuhkan dengan hawa nafsunya untuk cepat melunasi hutangnya. Dia melakukan hal yang instan untuk mendapatkan uang.

Berdasarkan uraian di atas jelas, keris sebagai jimat merupakan perbuatan syirik (dosa besar). Mengenai balasan orang yang melakukan syirik setiap aliran memiliki perspektif masing-masing dan berbeda, misalnya: Menurut *aliran Khawarij*, orang Islam yang melakukan dosa besar adalah kafir, dan harus di bunuh. Menurut *aliran Murji'ah*, orang Islam yang melakukan dosa besar tidak dihukumkan kafir. Muslim tersebut tetap mukmin selama ia mengakui dua kalimat syahadat. Menurut *aliran qadariyah*, orang yang berdosa besar itu bukanlah kafir, dan bukanlah mukmin, tapi fasik dan orang fasik itu masuk neraka secara kekal, dan sebagainya.³¹

III. Analisis Penulis

Temuan yang penulis dapat setelah melakukan kajian terhadap pendekatan ilmu kalam dalam studi keislaman adalah *pertama*, bahwa kelebihan pendekatan ilmu kalam adalah menjaga kemurnian dasar-dasar agama dan memberikan dasar-dasar argumentasi yang kuat dihadapan para penentangannya.

Kedua, memberikan arahan dan petunjuk kepada orang-orang yang membutuhkan nasihat, khususnya jika Islam bersinggungan dengan teologi agama lain dalam masyarakat yang heterogen. *Ketiga*, menopang dan menguatkan sistem nilai ajaran Islam yang terdiri atas tiga pilar, yaitu: iman sebagai landasan akidah. Islam sebagai manifestasi syariat, ibadah dan muamalah. Serta Ihsan sebagai aktualisasi akhlak. *Keempat*, menjadi pijakan bagi ilmu-ilmu syariah. *Kelima*, menjaga kesucian niat dan keyakinan yang merupakan dasar dalam perbuatan untuk mencapai kebahagiaan dunia akhirat.

Salah satu kekurangan pendekatan ilmu kalam, yaitu kendala paradigma burhani yang sering dihadapi dalam penerapan pendekatan burhani ini adalah sering tidak sinkronnya teks dan realitas. Produk ijtihadnya akan berbeda jika dalam permasalahannya ada yang diutamakan antara teks atau konteks. Sebagaimana kita ketahui bahwa masyarakat lebih banyak memenangkan tekstualitas daripada kontekstualitas, meskipun yang lebih cenderung kepada konteks pun juga tidak sedikit.

Sejauh ini, sah-sah saja menggunakan ilmu kalam sebagai sebuah pendekatan dalam studi keislaman. Penggunaan pendekatan yang pas dengan permasalahan penelitian, menghasilkan penelitian yang baik dan jawaban yang solutif. Meskipun ketika digunakan untuk membaca wajah Islam, pemilihan situasi (kasuistik) yang tepat, dengan pendekatan ilmu kalam, Islam akan tampil lebih rasional tanpa melanggar al-Qur'an atau pun hadis.

Keris sebagai jimat dengan pendekatan ilmu kalam ini dapat menambah khasanah ilmu, terutama hukum percaya “keris sebagai jimat” haram/dosa besar/musyrik apabila mempercayainya

IV. Kesimpulan

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pendekatan ilmu kalam adalah cara pandang atau analisis terhadap masalah ketuhanan dengan menggunakan norma-norma agama atau simbol-simbol keagamaan yang ada. Pendekatan ilmu kalam tidak bisa dilepas dari kehidupan umat beragama di tengah-tengah masyarakat.

Masalah keyakinan (akidah) ataupun monoteisme murni (ilmu kalam) merupakan salah satu masalah yang fundamental dalam Islam yang menjadi pijakan umat Islam

³¹Fakih, Abdul Latif. 2011. *Tauhid (Sebuah Akidah Pembebasan)*. Pamulang: Inbox., hal 61

dalam kehidupan sehari-hari. Tanpa akidah yang mantap tidak mungkin (mustahil) seseorang bisa mengamalkan ajaran Islam secara sempurna. Adapun beberapa istilah kunci dalam ilmu kalam seperti iman, kufur, nifaq, syirik, dan murtad.

Dahulu keris sengaja dibuat oleh seorang empu untuk senjata perang atau senjata penusuk jarak dekat, yang efektif dalam pertarungan jarak dekat dalam pertarungan satu lawan satu, baik berhadapan muka atau sembunyi-sembunyi. Keris dalam perkembangannya telah mengalami perubahan fungsi, kedudukan keris saat ini bukan lagi sebagai senjata, melainkan sebagai benda peninggalan sejarah, karya seni, koleksi, pusaka, hiasan, dan pelengkap pakaian adat, bahkan keris digunakan sebagai azimat (jimat), yang mana hukumnya haram/dosa besar. Al-Qur'an sudah menjelaskan bahwa umat muslim diperbolehkan membuat senjata untuk melindungi diri. Keris adalah salah satu senjata yang berfungsi sebagai pelindung diri dari ancaman-ancaman, jadi umat muslim diperbolehkan memiliki keris jika difungsikan sebagai alat untuk mempertahankan diri bukan azimat (jimat)

DAFTAR PUSTAKA

- APP. 2007. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk.
- Departemen Agama RI. 2010. Al-Hidayah Al-Qur'an Tafsir Perkata Tajwid Kode Angka. Jakarta: Kalim.
- Fakih, Abdul Latif. 2011. Tauhid (Sebuah Akidah Pembebasan). Pamulang: Inbox.
- Harsrinuksmo, Bambang. 1985. Tanya Jawab Soal Keris. Jakarta: PT. Grafikatama Jaya.
- Jamrah, Suryan A. 2015. Studi Ilmu Kalam. Jakarta: Kencana.
- Khunaifi, Agus. 2012. Ilmu Tauhid (Sebuah Pengantar Menuju Muslim Moderan). Semarang: CV. Karya Abadi Jaya.
- Kristeva, Nur Sayyid Santoso. 2014. Sejarah Teologi Islam dan Akar Pemikiran Ahlussunah Wal Jama'ah. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muhammad, Imam Abu Abdullah. 1990. Dosa-Dosa Besar. Surabaya: Bina Ilmu Offset.
- Nasir, Salihun A. 2010. Pemikiran Kalam (Teologi Islam) Sejarah, Ajaran, dan Perkembangannya. Jakarta: Rajawali Pers.
-
- Ajahari. 2011. "Memahami Islam Perspektif Metodologis." Jurnal Tarbiyatuna PAI, Vol. 1 (1)
- Dzajimah, Nurul. 2012. "Pendekatan Sosio-Historis Alternatif dalam Memahami Perkembangan Ilmu Kalam." Jurnal, Vol 11 (1).
- Munir, Muhammad Khafidlil. 2015. "Memahami Konsep Keris Menurut Mt Arifin Dalam Tinjauan Islam." Skripsi S1.
- Mustafa, Muhdagin Dg. 2006. "Reorientasi Teologi Islam Dalam Konteks Pluralisme Beragama (Telaah Kritis dengan Pendekatan Teologis Normatif, Dialogis dan Konvergensif)." Jurnal Hunafa, Vol. 3 (2).
-
- Bilikmisteri, Kisah Misteri: Ritual Persugihan Omyang Jimbe, dalam <http://www.Bilikmisteri.web.id/>, pada 16 November 2016.
- Kusein, Rajin Salat Tetapi Percaya Azimat, dalam <http://inilahrisalahislam.blogspot.co.Id/2016/02/rajin-sholat-tapi-percaya-azimat.html>, pada 10 Februari 2016.

Muntaha, Hasan, Pengertian Ilmu Kalam: Fungsi dan Ruang Lingkupnya, dalam <http://artikel-az.com/ilmu-kalam/>, pada 15 Oktober 2015.

Nalion, Amfa, Pendekatan Teologi Ilmu Kalam, dalam [http : // amvanalion. blogspot. co. Id / p /pendekatan-teologiilmu-kalam.html](http://amvanalion.blogspot.co.id/p/pendekatan-teologiilmu-kalam.html), pada 5 Maret 2015