

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

ISSN : 2527- 5704 (P)

ISSN : 2527- 5682 (E)

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja
Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok
Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti

Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik
Kontinum Konseling Berbasis Alquran
Khilman Rofi Azmi

Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising
Ade Nur Rohim



Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)
Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Editor

Waryono Abdul Ghafur, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Soiman, Asosiasi Profesi Dakwah Indonesia (APDI)
Diajeng Laily Hidayati, Institut Agama Islam Negeri Samarinda
Akhmad Anwar Dani, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Ahmad Saifuddin, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Abraham Zakky Zulhazmi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id
Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Daftar Isi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok <i>Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti</i>	1 - 24
Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran <i>Khilman Rofi Azmi</i>	25 - 58
Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui <i>Digital Fundraising</i> <i>Ade Nur Rohim</i>	59 - 90
Mubalig <i>Youtube</i> dan Komodifikasi Konten Dakwah <i>Ferdi Arifin</i>	91 - 120
Literasi Digital sebagai Upaya Menangkal Hoaks di Era Disrupsi <i>Naimatus Tsaniyah, Kannisa Ayu Juliana</i>	121 - 140
Tren Pengembangan Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Transformasi IAIN Menjadi UIN Surakarta <i>Kamila Adnani</i>	141 - 168



MENURUNKAN KECEMASAN MENGHADAPI PRAKTIK BELAJAR KERJA PENYANDANG DISABILITAS FISIK DENGAN BIMBINGAN KELOMPOK

Astri Fajar Atikasari

Vera Imanti

Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Abstract

Keywords:
*anxiety; group
guidance;
persons with
physical
disabilities.*

Every human is born in different conditions. Some of them are born normal, and some are born with physical limitations. In its growth, even normal human conditions can turn into persons with physical disabilities due to several factors. This study aims to determine the effect of group guidance on anxiety in the face of learning practices of persons with physical disabilities. The sample in this study were seven physical disabilities persons who are chosen by using purposive sampling technique. The approach used was pre-experiment with one-group pretest-posttest design. Measurements are made with instruments that measure anxiety facing work learning practices. The measuring instrument consists of 35 items of valid statements and has a reliability coefficient of 0.828. Hypothesis testing shows the results of the Z analysis is -2,366 with Asymp. Sig. 0,018 ($p < 0,05$). It was concluded that H_0 was rejected and H_a was accepted, which meant that group guidance could reduce the anxiety of learning practices of persons with physical disabilities.

Abstrak

Kata kunci:

bimbingan
kelompok;
kecemasan;
penyanggah
disabilitas
fisik.

Setiap manusia terlahir dalam kondisi yang berbeda. Sebagian manusia terlahir normal, dan sebagian yang lain terlahir dengan keterbatasan fisik. Dalam pertumbuhannya, keadaan manusia normal pun bisa berubah menjadi penyanggah disabilitas fisik karena beberapa faktor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bimbingan kelompok terhadap kecemasan menghadapi praktik belajar kerja penyanggah disabilitas fisik. Sampel dalam penelitian ini adalah tujuh penyanggah disabilitas fisik. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Pendekatan yang digunakan adalah praeksperimen dengan one-group pretest-posttest design. Pengukuran dilakukan dengan instrumen yang mengukur kecemasan menghadapi praktik belajar kerja. Instrumen ukur tersebut terdiri dari 35 butir pernyataan valid dan memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,828. Pengujian hipotesis menunjukkan hasil analisis Z sebesar -2,366 dengan Asymp. Sig. 0,018 ($p < 0,05$). Disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang bermakna bimbingan kelompok dapat menurunkan kecemasan praktik belajar kerja penyanggah disabilitas fisik.

How to cite (APA 6th Style):

Atikasari, A. F., & Imanti, V. (2019). Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja Penyanggah Disabilitas Fisik Dengan Bimbingan Kelompok. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 1–24. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1608>

PENDAHULUAN

Setiap orang memiliki persiapan dalam melakukan sesuatu. Ada kalanya orang tersebut dapat melaksanakan sesuatu sesuai dengan persiapannya, namun ada juga yang disertai dengan rasa tidak pasti tentang hasil dari persiapannya tersebut. Perasaan tentang setiap sesuatu yang belum pasti tersebut sering kali berdampak pada munculnya kecemasan. Kecemasan bisa muncul pada setiap orang, hanya saja kadar kecemasan

setiap orang tersebut berbeda-beda. Sebagian orang dapat mengatasi kecemasannya tersebut, dan sebagian lain tidak mampu meredam kecemasannya tersebut. Menurut Babazadeh et al. (2016) kecemasan bisa muncul karena berbagai faktor, misalkan pengaruh jenis kelamin, jenis aktivitas, dan kondisi kesehatan. Di sisi lain, menurut paradigma kognitif, kecemasan bisa muncul akibat adanya kesalahan dalam mempersepsi (Corey, 2017).

Kecemasan merupakan ketakutan yang tidak nyata dan suatu perasaan terancam terhadap sesuatu yang sebenarnya tidak mengancam. Salah satu bentuk dari kecemasan adalah mengkhawatirkan sesuatu yang tidak perlu untuk dikhawatirkan. Sebagaimana menurut Santrock (Rahayu, 2014) bahwa kecemasan merupakan suatu sinyal yang menyadarkan, mengingatkan adanya bahaya yang mengancam, dan memungkinkan seseorang mengalami tindakan untuk mengatasi ancaman. Kondisi-kondisi yang mengancam tersebut dapat terjadi pada setiap orang. Namun, kriteria mengancam bagi orang yang satu tidak selalu sama dengan orang lain. Hal tersebut dapat ditinjau dari kondisi yang dekat dengan dirinya, misalnya kondisi fisik, lingkungan sekitar, ataupun harapan-harapan yang ingin dicapai.

Kecemasan juga berkaitan dengan sesuatu hal yang belum terjadi atau belum diketahui kepastiannya. Di sisi lain, kecemasan juga bisa disebabkan oleh tingkat keyakinan diri terhadap kemampuannya. Maka dari itu, kecemasan dapat terjadi pada setiap orang, baik orang yang sempurna secara fisik maupun penyandang disabilitas fisik. Menurut Kaplan (2000), penyandang disabilitas fisik ini memiliki keterbatasan dalam hal organ fisik, misalkan ada salah satu atau beberapa organ fisik yang tidak dapat berfungsi secara normal dan terbatas. Di sisi lain, menurut Smart (2011) bahwa, penyandang disabilitas fisik adalah orang-orang yang memiliki kelainan fisik, khususnya anggota badan, seperti kaki, tangan, atau bentuk

tubuh. Salah satu permasalahan yang ditemui oleh para penyandang disabilitas fisik adalah kesulitan beradaptasi. Dalam perkembangannya, penyandang disabilitas fisik ini diharapkan dapat melakukan usaha lebih untuk beradaptasi dengan mengoptimalkan kondisi fisiknya, dengan lingkungan termasuk fasilitas umum yang tersedia, juga beradaptasi dengan kondisi emosi dan kognitifnya sendiri. Berdasarkan hal ini, maka penyandang disabilitas fisik tersebut sangat membutuhkan dukungan dari lingkungan sekitarnya agar dapat melewati fase-fase perkembangannya dengan baik.

Berbagai upaya untuk memberdayakan para penyandang disabilitas fisik dilakukan oleh berbagai pihak, salah satunya pemerintah melalui dinas sosial. Salah satu bentuk upaya pemerintah tersebut misalkan memberikan wadah bagi para penyandang disabilitas fisik agar bisa berkembang. Salah satu wadah tersebut misalkan Balai Besar Rehabilitasi Sosial Penyandang Disabilitas Fisik (BBRSPDF) Prof. Dr. Soeharso Surakarta. Berbagai program telah dirancang oleh BBRSPDF Prof. Dr. Soeharso Surakarta untuk membantu penyandang disabilitas fisik agar lebih siap untuk bekerja dan mandiri. Bentuk spesifik dari program tersebut adalah pelatihan atau praktik yang dapat meningkatkan keterampilan kerja sesuai dengan minat, bakat, dan kemampuan, bina diri, serta kesiapan pelatihan kerja.

Penyandang disabilitas fisik juga harus mempersiapkan kondisi psikologis dalam menghadapi dunia kerja, selain mempersiapkan diri dalam keterampilan kerja. Persepsi yang memunculkan kecemasan berpotensi terjadi apabila mengingat kondisi fisik yang kurang sempurna. Sebanyak tujuh dari 72 penyandang disabilitas fisik merasakan kecemasan apabila tidak dapat bekerja secara maksimal. Penyandang disabilitas fisik menyadari kekurangan fisik yang ada dan cemas akan mempengaruhi kinerja. Selain itu, kecemasan juga terkait dengan keahlian yang belum dimiliki, tingkat kecepatan kerja, ada atau tidak adanya fasilitas kerja dan fasilitas bantu diri penyandang disabilitas fisik. Misalnya, ruang

kerja, tangga, kamar mandi, dan alat-alat pendukung kerja. Selain itu, para penyandang disabilitas cemas terkait dengan dukungan lingkungan, penerimaan lingkungan, serta kecemasan akan pengucilan di lingkungan. Kecemasan ini akan memunculkan dampak negatif apabila tidak segera diselesaikan. Bahkan, kecemasan bisa berpotensi menyebabkan seseorang yang mengalami menjadi stres dan depresi. Dengan demikian, fenomena ini penting untuk diteliti.

Kecemasan penyandang disabilitas fisik pun mulai muncul ketika melalui proses menghadapi praktik belajar kerja di BBRSPDF Prof. Dr. Soeharso Surakarta. Beberapa temuan pada penyandang disabilitas fisik terkait praktik belajar kerja adalah sebagai berikut. Pertama, ketidakmampuan dalam memahami materi secara maksimal. Kedua, penyandang disabilitas fisik merasa bingung sehingga membuatnya hanya tinggal di asrama. Ketiga, penyandang disabilitas fisik mengalami susah tidur akibat merasakan kecemasan. Ketika para penyandang disabilitas fisik ini mengalami susah tidur, maka yang dilakukan adalah bercerita dengan teman-temannya untuk melepaskan kecemasan. Keempat, penyandang disabilitas fisik laki-laki mengalami peningkatan dalam mengonsumsi rokok untuk mereduksi kecemasan dan menenangkan pikirannya.

Berdasarkan data wawancara dari pekerja sosial, kecemasan yang dialami para penyandang disabilitas fisik ketika menghadapi praktik belajar kerja disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor pertama adalah rendahnya keyakinan akan penyesuaian diri di tempat praktik belajar kerja. Penyesuaian diri sendiri merupakan sebagai bentuk adaptasi atau sebagai usaha penguasaan. Sebagaimana menurut Hurlock (2017) bahwa penyesuaian diri adalah kemampuan individu untuk memperlihatkan sikap serta tingkah laku yang menyenangkan, sehingga diterima oleh kelompok atau lingkungannya. Cemas akan penyesuaian diri di tempat praktik belajar kerja disebabkan oleh faktor kemandirian penyandang disabilitas fisik. Kemandirian adalah kemampuan untuk mengendalikan serta mengatur

pikiran, perasaan, tindakan sendiri untuk mengatasi perasaan keraguan (Desmita, 2016). Ketika berada di tempat praktik kerja, para penyandang disabilitas fisik tidak lagi mendapatkan fasilitas seperti ketika tinggal di balai (BBRSPDF Prof. Dr. Soeharso). Salah satu contohnya adalah ketika tinggal di balai para penyandang disabilitas fisik mendapatkan fasilitas makan yang disiapkan oleh pihak balai, maka ketika para penyandang disabilitas fisik berada di tempat praktik kerja harus mencari makanan sendiri berbekal uang Rp 25.000,00 setiap hari yang telah diberikan oleh pihak balai.

Faktor kedua yang menyebabkan penyandang disabilitas fisik merasa cemas adalah karena penyandang disabilitas fisik harus tinggal di kos selama melakukan praktik kerja. Ketika tinggal di kos, para penyandang disabilitas fisik dibagi berdasarkan keterampilannya. Kondisi ini membutuhkan penyesuaian diri lagi. Penyesuaian diri terkait dengan konformitas dan penyesuaian diri sebagai usaha penguasaan terhadap suatu lingkungan atau aktivitas (Schneider, 2008). Proses penyesuaian diri kembali di kos setelah beradaptasi di lingkungan balai ini menjadi penyebab munculnya kecemasan pada penyandang disabilitas fisik.

Faktor ketiga yang menyebabkan kecemasan muncul adalah terkait keterampilan yang dimiliki oleh para penyandang disabilitas fisik. Keterampilan yang dimaksud adalah keterampilan para penyandang disabilitas fisik kaitanya yang telah didapatkan dari balai selama satu tahun. Para penyandang disabilitas fisik masih belum yakin akan keterampilan yang dimiliki meski sudah mendapatkan program dari pihak balai. Selain itu, para penyandang disabilitas terlalu memikirkan sesuatu yang mungkin akan terjadi di tempat praktik belajar kerja yang membuat rasa nyamannya terganggu. Pada dasarnya, keterampilan yang matang akan sangat mempengaruhi kesiapan penyandang disabilitas fisik menghadapi praktik belajar kerja. Sebagaimana menurut Dalyono (2015) bahwa kesiapan adalah kemampuan yang cukup baik antara fisik maupun mental.

Kecemasan yang terjadi berpotensi menjadi penghambat dalam

proses praktik belajar kerja. Kecemasan dalam menghadapi praktik belajar kerja akan mengganggu kinerja fungsi-fungsi psikologis dalam proses praktik belajar kerja, seperti rendahnya konsentrasi ketika melakukan praktik, kurang dapat mengingat materi yang telah didapat di balai, perasaan takut gagal setiap kali melakukan pekerjaan, dan kurang dalam pembentukan konsep serta pemecahan masalah.

Berdasarkan data yang ditemukan di pengambilan data awal, upaya yang sesuai untuk menurunkan tingkat kecemasan menghadapi praktik belajar kerja dengan melaksanakan bimbingan kelompok. Bimbingan kelompok sendiri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dengan memanfaatkan dinamika kelompok (Prayitno, Afdal, Ifdil, & Ardi, 2017). Ini artinya, semua peserta dalam kegiatan kelompok saling berinteraksi, bebas mengeluarkan pendapat, menanggapi, dan memberi saran. Selain itu, setiap pembicaraan dalam bimbingan konseling tersebut bermanfaat untuk diri peserta. Ketika penelitian pendahuluan dilakukan, belum ada program untuk mereduksi atau menurunkan tingkat kecemasan para penyandang disabilitas fisik tersebut. Atas dasar ini, maka penting untuk menurunkan kecemasan para penyandang disabilitas fisik tersebut agar dapat melaksanakan praktik kerja dengan optimal. Selain itu, perlu penelitian lebih lanjut untuk mengetahui dampak dari bimbingan kelompok dalam rangka menurunkan kecemasan.

Terdapat banyak penelitian yang membahas tentang kecemasan, misalkan penelitian Yunita & Astuti (2014) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara konsep diri dengan kecemasan menghadapi dunia kerja; penelitian Sari, Nurjismi, Aticah, Hartaty, & Ichwan (2018) yang menghasilkan terapi warna efektif dalam penurunan tingkat kecemasan pasien berisiko tinggi terinfeksi HIV; penelitian Rachmady & Aprilia (2018) bahwa terdapat hubungan negatif antara *adversity quotient* dengan kecemasan menghadapi dunia kerja; penelitian Azhari & Mirza (2016) dan Rosliani & Ariati (2016) bahwa terdapat hubungan negatif antara regulasi

diri dengan kecemasan menghadapi dunia kerja; dan penelitian Nasution (2012) tentang kecemasan berkomunikasi ketika wawancara kerja. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut terletak pada teknik penelitian yang digunakan serta sampel penelitian. Penelitian ini melibatkan perlakuan terhadap sampel penelitian yang memiliki kriteria disabilitas fisik, sedangkan penelitian terdahulu yang telah disebutkan tersebut menjelaskan tentang hubungan kecemasan dengan variabel lain.

Penelitian terdahulu yang melibatkan perlakuan sebagai upaya penurunan tingkat kecemasan adalah penelitian Konghoiro, Kartasasmita, & Subroto (2017) yang menghasilkan *Group Gestalt Therapy* efektif untuk menurunkan kecemasan menjelang bebas; penelitian Purnamarini, Setiawan, & Hidayat (2016) yang menghasilkan *Terapi Expressive Writing* efektif menurunkan kecemasan saat ujian sekolah; penelitian Putra (2014) dan Mardiana (2017) tentang peran guru Bimbingan dan Konseling dalam menurunkan tingkat kecemasan saat menjelang ujian nasional; penelitian Faizah (2018) yang menghasilkan *Rational Emotive Behaviour Therapy (REBT)* efektif menurunkan kecemasan penderita ekstrapiramidal sindrom; penelitian Suhendri, Sugiharto, & Suwarjo (2012) dan Ireel, Elita, & Mishbahuddin (2018) yang menghasilkan konseling kelompok *rational-emotif* dan restrukturisasi kognitif efektif menurunkan kecemasan menghadapi ujian; penelitian Fitriani & Rohman (2016) yang membahas tentang pengaruh konseling terhadap kecemasan remaja putri yang mengalami *menarche*; penelitian Sari & Subandi (2015) yang menunjukkan pelatihan teknik relaksasi efektif menurunkan kecemasan pada *primary caregiver* penderita kanker payudara; penelitian Wilianto & Adiyanti (2012) yang menyatakan bahwa terapi musik kognitif perilaku efektif menurunkan kecemasan pada penderita tekanan darah tinggi; penelitian Fitri (2017) yang menghasilkan *Cognitive Behavior Therapy* efektif untuk menurunkan kecemasan berbicara di depan umum pada mahasiswa; penelitian Shaddri, Dharmayana, & Sulian (2018) tentang penggunaan teknik *guided imagery*

untuk menurunkan kecemasan; dan penelitian Nida (2014) tentang zikir sebagai psikoterapi untuk menurunkan kecemasan pada lansia. Meskipun sama-sama melibatkan perlakuan, penelitian ini masih memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu berupa perbedaan pada aspek sampel penelitian.

Adapun penelitian yang membahas tentang kecemasan pada penyandang disabilitas, diantaranya adalah penelitian Suliman, Stein, Myer, Williams, & Seedat (2010); Mohsin, Saeed, & Zaidi (2013); Lenze et al. (2001); (Jones et al., 2014) yang menyatakan bahwa kecemasan dan depresi merupakan gangguan yang banyak terjadi pada penyandang disabilitas fisik; penelitian Kang et al. (2017) yang mengidentifikasi tentang dampak depresi dan kecemasan terhadap penyandang disabilitas kecemasan; penelitian Ioannis, Miltiadis, & Eleni (2017) yang melakukan review literatur tentang gangguan psikis yang terjadi pada penyandang disabilitas fisik; penelitian Rahmati & Zareian (2014) yang menghasilkan bahwa training aerobik berdampak positif pada penurunan kecemasan sosial pada penderita *multiple sclerosis*; penelitian Mushtaq & Akhouri (2016) tentang stres, kecemasan, harga diri, dan depresi pada penyandang disabilitas fisik; penelitian Hendriks et al. (2016) yang menghasilkan bahwa kegelisahan dan perilaku menghindar menjadi prediktor utama terjadi gangguan kecemasan pada penyandang disabilitas; penelitian Brenes et al. (2008) yang membahas tentang kecemasan dan disabilitas sepanjang rentang kehidupan; penelitian Cooray & Bakala (2005) yang mengkaji tentang gangguan kecemasan pada penyandang disabilitas belajar; penelitian Waqiaty, Hardjajani, & Nugroho (2013) yang menghasilkan hubungan yang signifikan antara dukungan sosial dan efikasi diri dengan kecemasan menghadapi dunia kerja pada penyandang tuna daksa; penelitian Machdan & Hartini (2012) yang menghasilkan adanya hubungan negatif antara penerimaan diri dengan kecemasan menghadapi dunia kerja pada tunadaksa; penelitian Fidhzalidar (2015) yang menyatakan bahwa penyandang disabilitas perempuan

memiliki kecemasan sosial lebih tinggi dibandingkan dengan penyandang disabilitas laki-laki. Dibandingkan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini memiliki perbedaan berupa adanya unsur perlakuan terhadap subyek penelitian yang menyandang disabilitas fisik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun rancangan penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah rancangan praeksperimen dengan menggunakan desain *pretest and posttest one group design* (desain satu kelompok yang diberikan perlakuan). Terdapat dua variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Pertama, variabel bebas berupa perlakuan yang diberikan kepada para penyandang disabilitas fisik dalam bentuk bimbingan kelompok. Kedua, variabel terikat berupa tingkat kecemasan pada penyandang disabilitas fisik. Desain penelitian dapat digambarkan sebagai berikut (Arikunto, 2014; Hadi, 2016):

O ₁	X	O ₂
Keterangan:		
O ₁ : Nilai Pretest (sebelum diberi perlakuan)		
O ₂ : Nilai Posttest (setelah diberi perlakuan)		
X : Perlakuan berupa bimbingan kelompok		

Gambar 1. Rancangan Penelitian Pretest And Posttest One Group Design

Populasi dalam penelitian ini yaitu penyandang disabilitas fisik kelas B di Balai Besar Rehabilitasi Sosial Penyandang Disabilitas Fisik (BBRSPDF) Prof. Dr. Soeharso Surakarta. Pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Sebagaimana menurut Sugiyono (2014) bahwa teknik *purposive sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu agar data yang

diperoleh lebih representatif. Sampel dalam penelitian ini adalah tujuh penyandang disabilitas fisik dengan karakteristik mencakup usia 17-28 tahun, belum menikah, latar belakang pendidikan minimal Sekolah Dasar, dan *Activity of Daily Living* / ADL yang rata-rata. Kriteria sampel penelitian ini dirumuskan sebagai upaya untuk mengendalikan berbagai kemungkinan munculnya variabel noneksperimental yang berpotensi membuat proses dan hasil penelitian menjadi bias.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala kecemasan. Dalam skala kecemasan terdapat dua aspek yang diukur antara lain aspek fisik dan mental atau psikologis. Skala kecemasan ini merupakan adaptasi dan kemudian diujicobakan kepada sekelompok penyandang disabilitas fisik yang memiliki karakteristik yang sama dengan kelompok sampel penelitian. Skala kecemasan ini memiliki estimasi koefisien reliabilitas sebesar 0,828. Estimasi koefisien reliabilitas tersebut tergolong cukup tinggi, sehingga skala kecemasan dianggap reliabel. Skala kecemasan ini terdiri dari 35 butir aitem.

Tabel 1. Kisi-Kisi Skala Kecemasan

No	Aspek	Indikator
1	Fisik	a. Denyut jantung berdetak kencang
		b. Tidur tidak nyenyak
		c. Kepala pusing
		d. Tidak nafsu makan
		e. Keringat dingin
		f. Sesak nafas
2	Psikologis/ mental	a. Takut
		b. Gelisah
		c. Gangguan Perhatian
		d. Khawatir
		e. Turunnya kepercayaan diri
		f. Marah (emosi)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji *Wilcoxon* yang bertujuan untuk menguji perbedaan skor variabel yang diteliti sebelum

dan sesudah mendapatkan perlakuan (Ghozali, 2013). Data dihitung dan dianalisis dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product And Service Solution*) 20 for Windows Program.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Proses pelayanan bimbingan kelompok diterapkan kepada tujuh orang penyandang disabilitas fisik yang teridentifikasi mengalami kecemasan. Kecemasan yang dimaksud adalah kecemasan ketika melaksanakan praktik belajar kerja. Penyandang disabilitas fisik di BBRSPDF Prof. Dr. Soeharso Surakarta pada waktu tertentu harus melaksanakan praktik belajar kerja dalam rangka menciptakan pengalaman kerja. Harapannya, pengalaman tersebut bisa menjadikan para penyandang disabilitas fisik menjadi lebih siap menghadapi dunia kerja dan kemandirian.

Tabel 2. Hasil Pengolahan Data

Kecemasan Posttest - Kecemasan Pretest	
Z	-2.366 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.018

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik berupa *Wilcoxon*. Berdasarkan proses penghitungan, didapatkan hasil Z sebesar -2,366, dengan Asymp. Sig. Sebesar 0,018 ($p < 0,05$). Hasil tersebut membawa pada kesimpulan bahwa terdapat perbedaan tingkat kecemasan yang signifikan pada para penyandang disabilitas fisik ketika sebelum mendapatkan bimbingan kelompok dengan sesudah mendapatkan bimbingan kelompok. Ini artinya, kecemasan para penyandang disabilitas fisik menurun setelah mendapatkan bimbingan kelompok. Hal ini terlihat dalam data statistik deskriptif, bahwa rerata tingkat kecemasan kelompok sebelum mendapatkan bimbingan kelompok sebesar 84,14. Sedangkan, rerata tingkat kecemasan kelompok setelah mendapatkan bimbingan kelompok sebesar 72,43.

Tabel 3. Hasil Penghitungan Statistik Deskriptif

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Kecemasan Pretest	7	84.14	5.872	77	95
Kecemasan Posttest	7	72.43	8.182	66	87

Bimbingan kelompok yang diberikan kepada para penyandang disabilitas fisik guna menurunkan kecemasan praktik belajar kerja terdiri dari empat tahapan di setiap pertemuan, yaitu tahap pembukaan, tahap peralihan, tahap kegiatan, dan tahap penutup (Hartinah, 2017). Adapun waktu melaksanakan bimbingan kelompok tersebut sebanyak empat pertemuan dengan pembahasan sebagai berikut:

Pertemuan Pertama (Layanan Bimbingan Kelompok Dalam Aspek Pribadi)

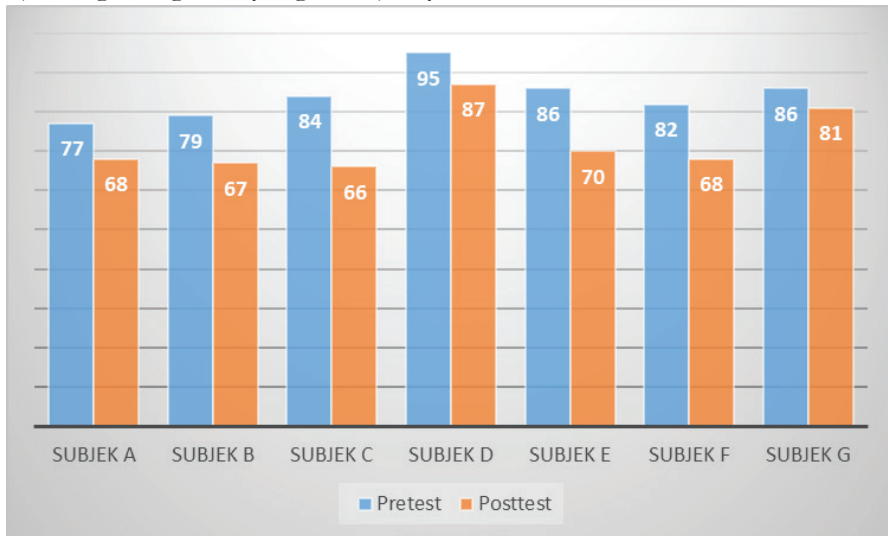
Pertemuan pertama mengambil tema tentang layanan bimbingan kelompok dalam aspek pribadi. Pada tahap pembukaan, pemimpin kelompok dan seluruh anggota kelompok saling memperkenalkan diri. Selain itu, pemimpin kelompok menjelaskan secara singkat tujuan yang ingin dicapai dalam kelompok. Tujuan dari tahap ini adalah terbentuknya sikap saling mengenal antara pemimpin dan anggota kelompok. Saling mengenal ini penting dalam rangka membantu penyandang disabilitas fisik meningkatkan keakraban serta rasa percaya diri. Sebelum masuk pada kegiatan selanjutnya seluruh anggota kelompok diminta untuk mengisi alat ukur sebagai *pretest* dengan tujuan untuk mengetahui kecemasan yang dimiliki seluruh anggota kelompok sebelum diberikan tindakan. Kemudian, dilanjutkan dengan permainan “tebak nama” agar penyandang disabilitas fisik sebagai sampel penelitian menjadi santai.

Tahapan selanjutnya adalah tahapan peralihan. Pada tahapan ini pemimpin kelompok berperan aktif untuk membawa suasana kelompok dalam keseriusan. Pemimpin kelompok mengamati serta menanyakan

kepada anggota (para penyandang disabilitas fisik) kesiapan menuju pada tahapan selanjutnya. Selanjutnya, pemimpin kelompok membuka diri untuk mendorong dibahasnya suasana perasaan. Hal tersebut bertujuan agar pada tahap selanjutnya seluruh anggota kelompok dapat menerima bimbingan kelompok secara maksimal.

Tahap ketiga dari pertemuan pertama adalah tahap kegiatan. Pada tahapan ini pemimpin kelompok mendorong dan mengarahkan setiap anggota (para penyandang disabilitas fisik) untuk menyampaikan masalah-masalah pribadi yang menyebabkan anggota kelompok cemas menghadapi praktik belajar kerja. Cara ini dinamakan katarsis. Katarsis merupakan salah satu strategi untuk mengatasi permasalahan emosi (atau banyak yang menyebutnya sebagai penyucian emosi), salah satunya kecemasan dan ketakutan, dengan cara mengungkapkan apapun yang dipikirkan dan dirasakan seseorang (Nanay, 2017; Rottenberg-Rosler, Schonmann, & Berman, 2009). Selain itu, menurut Straton (1990), katarsis sangat sesuai diterapkan dalam *setting* kelompok. Pengungkapan permasalahan beserta emosinya ini akan membuat para anggota (penyandang disabilitas fisik) merasa lega karena pikiran dan perasaan telah tercurahkan dan didengarkan. Selain itu, pengungkapan masalah ini bisa berdampak secara psikologis karena orang yang mengungkapkan merasa bahwa ada orang lain yang mampu memberikan ruang emosi dan membantu permasalahannya. Permasalahan utama yang dihadapi oleh para anggota ketika praktik kerja adalah proses penyesuaian diri di lingkungan yang baru dan kondisi ketika praktik kerja yang belum terjamin. Selanjutnya, pemimpin kelompok memberikan pengarahan terkait dengan pengenalan, penerimaan, pertumbuhan, serta perkembangan fisik dan psikis. Arahan ini penting sebagai modalitas para anggota (penyandang disabilitas fisik) untuk mengukur kemampuan diri di lingkungan praktik kerja sehingga memudahkan untuk penyesuaian diri. Tahap terakhir dari pertemuan pertama adalah tahap penutup. Pada tahapan ini anggota kelompok

menggungkapkan kesan dan harapan selama kegiatan berlangsung dengan tujuan agar kegiatan yang selanjutnya lebih maksimal.



Gambar 2. Grafik Perbandingan Tingkat Kecemasan Setiap Subyek Penelitian

Pertemuan Kedua (Layanan Bimbingan Kelompok Dalam Aspek Sosial)

Tahapan pertama dari pertemuan kedua adalah pembukaan. Tahapan ini dilaksanakan dengan cara pemimpin kelompok memberikan suatu permainan yaitu “mengungkapkan cita-cita dengan gaya”. Tujuan dari jenis permainan tersebut adalah agar anggota kelompok (para penyandang disabilitas fisik) dapat mengungkapkan serta mengekspresikan cita-cita dan harapan masa depan. Permainan ini dipilih juga dengan alasan untuk semakin memperkuat orientasi masa depan para anggota. Ketika orientasi masa depan ini kuat, maka diharapkan dapat menurunkan kecemasan praktik kerja yang akan dilaksanakan oleh para anggota.

Tahapan kedua adalah peralihan. Pemimpin kelompok mengamati serta menanyakan kepada anggota kelompok kesiapan menuju pada tahapan selanjutnya. Selain itu, pemimpin kelompok membuka diri untuk

mendorong dibahasnya suasana perasaan. Membuka diri adalah perilaku komunikasi yang dilakukan individu secara sengaja menjadikan dirinya diketahui oleh pihak lain (Lukaningsih, 2010).

Tahapan ketiga adalah kegiatan. Pada tahapan ini, pemimpin kelompok mengarahkan setiap anggota kelompok untuk menyampaikan masalah-masalah sosial yang menyebabkan cemas menghadapi praktik belajar kerja. Berdasarkan beberapa ungkapan dari anggota kelompok dapat disimpulkan bahwa masalah sosial yang menyebabkan kecemasan ketika praktik belajar adalah takut bertemu dengan orang baru serta takut akan ejekan orang lain terhadap keadaannya saat ini. Kecemasan semacam ini dinamakan kecemasan sosial. Sebagaimana menurut Richards (2014) bahwa kecemasan sosial adalah perasaan negatif yang berupa merasa dihakimi dan dievaluasi secara negatif oleh orang lain, mendorong ke arah merasa kekurangan, kebingungan, penghinaan, dan tekanan. Para anggota kemudian diberikan materi tentang kecemasan sosial beserta berbagai strategi untuk menghadapinya. Di sisi lain, para anggota juga dibekali dengan berbagai kemungkinan yang terjadi di lingkungan praktik kerja. Para anggota kelompok memberikan respons berupa pertanyaan yang berkaitan dengan lingkungan tempat kerja kepada pemimpin kelompok. Berdasarkan respons tersebut, terindikasi bahwa para anggota kelompok mengalami peningkatan untuk mempersiapkan diri di tempat praktik kerja. Kesiapan ini memerlukan pengendalian diri dalam proses mempersiapkan diri. Sedangkan, menurut Uzun (2016), pengendalian diri memiliki korelasi yang negatif terhadap kecemasan. Artinya, semakin tinggi pengendalian diri seseorang, akan berakibat pada meningkatkan kesiapan diri dan penurunan kecemasannya.

Menurut Manipuspika (2018), terdapat korelasi antara kecemasan dengan kesiediaan berkomunikasi. Ini artinya, kecemasan sosial yang dialami oleh para anggota memiliki alasan yang jelas. Maka dari itu, para anggota dibekali tentang cara berkomunikasi dan membuka diri (*self*

disclosure). Pertemuan kedua diakhiri dengan tahapan penutup yang diisi dengan evaluasi.

Pertemuan Ketiga (Layanan Bimbingan Kelompok Dalam Belajar)

Tahap pertama pada pertemuan ketiga adalah tahap pembukaan. Pada tahapan ini pemimpin kelompok memberikan permainan yaitu “Marina menari di menara dengan gerakan”. Tujuan permainan adalah untuk melatih konsentrasi seluruh anggota kelompok (para penyandang disabilitas fisik). Menurut Moran (2012), konsentrasi adalah proses perhatian yang melibatkan kemampuan untuk fokus pada tugas yang sedang dihadapi sementara mengabaikan gangguan. Konsentrasi ini nantinya akan membantu para anggota untuk menyerap dan mempersepsi materi bimbingan kelompok. Ketika para anggota dapat menyerap dan mempersepsi materi tersebut, akan berdampak pada tingkat pemahaman para anggota kelompok. Pada akhirnya, materi bimbingan kelompok dapat berpengaruh menurunkan kecemasan para anggota kelompok.

Tahapan kedua adalah tahap peralihan. Adapun tahapan ketiga adalah tahap kegiatan. Pada pertemuan ketiga, tindakan yang diberikan yaitu seluruh anggota kelompok diminta untuk mengungkapkan potensi-potensi yang ada pada dirinya dan pengarahan dari pemimpin kelompok, serta dibantu dengan pemutaran video dari Nick Vujicic (Wagner, 2010). Video tersebut dapat menjadi stimulus bagi para anggota kelompok bahwa tidak ada yang tidak bisa dilakukan selagi belum mencoba. Terlebih lagi video tersebut menampilkan Nick Vujicic, seseorang dengan keterbatasan fisik berupa tidak memiliki kedua tangan dan kedua kaki, namun dapat melakukan suatu secara mandiri dan tidak rendah diri. Penampilan model semacam ini dikenal dengan cara belajar sosial atau lebih tepatnya *modeling*. Cara belajar dengan *modeling* ini melibatkan proses *observational learning*. Ketika terdapat suatu model, maka seseorang akan mempersepsi, mengkonstruksi, meregulasi, dan kemudian memunculkan motivasi (Bandura, 1999).

Dalam konteks bimbingan kelompok, ketika para anggota kelompok menonton video Nick Vujicic, maka akan mempersepsi video tersebut. Selanjutnya, para anggota akan mengolah hasil menonton video tersebut, memperbaiki pola pikirnya yang menyebabkan kecemasan, dan pada akhirnya muncul dorongan yang dapat menurunkan kecemasan. Pertemuan ketiga diakhiri dengan tahapan penutup yang diisi dengan evaluasi dan tindak lanjut.

Pertemuan Keempat (Layanan Bimbingan Kelompok Dalam Pemilihan Kerja)

Tahap pertama dari pertemuan keempat adalah pembukaan. Tahapan selanjutnya adalah tahapan peralihan. Ketika tahapan peralihan selesai dilakukan, berlanjut ke tahapan selanjutnya, yaitu tahapan kegiatan.

Pada pertemuan terakhir, pemimpin kelompok memandu para anggota untuk memikirkan dan memilih tempat praktik dan menyusun harapan dari anggota kelompok. Menurut Fromm (1992), penyusunan semacam ini berguna untuk memenuhi kebutuhan eksistensial manusia berupa kebutuhan kerangka orientasi. Menurut Fromm, tanpa kerangka orientasi manusia akan mengalami kebingungan sampai akhirnya berpotensi terjadi kecemasan. Dengan demikian, untuk meredakan kecemasan, dibutuhkan penyusunan kerangka orientasi. Selain itu, pemimpin kelompok meminta seluruh anggota kelompok untuk mengisi alat ukur dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kecemasan para anggota kelompok setelah mendapatkan bimbingan kelompok. Setelah mendapatkan data setelah mendapatkan perlakuan ini, data tersebut akan dibandingkan dengan data anggota kelompok sebelum mendapatkan bimbingan kelompok. Dengan demikian, akan diketahui perbedaan tingkat kecemasan anggota kelompok ketika sebelum dan sesudah mendapatkan bimbingan kelompok. Pertemuan terakhir diakhiri dengan penutup yang diisi dengan evaluasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Bimbingan kelompok terbukti berpengaruh untuk menurunkan kecemasan menghadapi praktik belajar kerja penyandang disabilitas fisik di BBRSPDF Prof. Dr. Soeharso Surakarta. Para anggota mengalami proses *observational learning* sehingga perlakuan berupa bimbingan kelompok mampu menurunkan kecemasan menghadapi praktik belajar kerja. Para anggota pada awalnya diminta untuk melakukan katarsis sehingga beban kejiwaan yang berupa faktor penyebab kecemasan dapat terungkap. Setelah faktor terungkap, maka diselesaikan dengan bimbingan kelompok. dalam bimbingan kelompok, dilakukan teknik belajar dengan cara pengamatan terhadap model yang juga penyandang disabilitas fisik. Dengan demikian, terdapat proses memperhatikan, merepresentasi, dan memproduksi perilaku berdasarkan model yang diamati oleh para anggota. Ketika para anggota sudah memulai pemodelan, maka kecemasan menjadi menurun.

Saran

Terdapat keterbatasan penelitian berupa desain dan rancangan penelitian. Penelitian ini menggunakan rancangan praeksperimen dengan desain satu kelompok sehingga tidak menggunakan kelompok pembanding (kelompok kontrol). Di sisi lain, rancangan praeksperimen merupakan rancangan yang kualitasnya tidak sebaik rancangan eksperimen semu dan eksperimen semu. Peneliti menggunakan rancangan praeksperimen karena disebabkan oleh beberapa faktor, misalkan keterbatasan dan kesediaan sampel penelitian. Atas dasar ini, maka saran bagi peneliti selanjutnya adalah hendaknya menambahkan sampel penelitian dan menggunakan rancangan eksperimen semu atau eksperimen murni.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhari, T. R., & Mirza. (2016). Hubungan Regulasi Diri dengan Kecemasan Menghadapi Dunia Kerja pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Syiah Kuala. *Mediapsi*, 2(2), 23–29. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2016.002.02.4>
- Babazadeh, T., Sarkhoshi, R., Bahadori, F., Moradi, F., Shariat, F., & Sherizadeh, Y. (2016). Prevalence of Depression, Anxiety and Stress Disorders in Elderly People Residing in Khoy, Iran (2014–2015). *Journal of Analytical Research in Clinical Medicine*, 4(2), 122–128. <https://doi.org/10.15171/jarcm.2016.020>
- Bandura, A. (1999). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(2), 21–41. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
- Brenes, G. A., Penninx, B. W. J. H., Judd, P. H., Rockwell, E., Sewell, D. D., & Wetherell, J. L. (2008). Anxiety, Depression, and Disability Across the Lifespan. *Aging and Mental Health*, 12(1), 158–163. <https://doi.org/10.1080/13607860601124115>
- Cooray, S. E., & Bakala, A. (2005). Anxiety Disorders in People with Learning Disabilities. *Advances in Psychiatric Treatment*, 11, 355–361. <https://doi.org/10.1192/apt.11.5.355>
- Corey, G. (2017). *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy* (10th Ed). Boston: Cengage Learning.
- Dalyono. (2015). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Desmita. (2016). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Faizah, N. (2018). Rational Emotive Behaviour Therapy (REBT) Dalam Menangani Kecemasan Penderita Ekstrapiramidal Sindrom Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. *Jurnal Transformatif*, 2(1), 47–59. <https://doi.org/10.23971/tf.v2i1.916>
- Fidhzalidar, M. G. (2015). Tingkat Kecemasan Sosial pada Anak yang Mengalami Cacat Fisik di YPAC. *Seminar Psikologi & Kemanusiaan 2015 Psychology Forum UMM*, 519–523.
- Fitri, D. (2017). Efektivitas Cognitive Behavior Therapy untuk Menurunkan Kecemasan Berbicara di Depan Umum Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 10(1), 64–73.

- Fitriani, H., & Rohman, R. Y. (2016). Pengaruh Konseling Terhadap Kecemasan Remaja Putri yang Mengalami Menarche. *Jurnal Ilmu Keperawatan, IV*(2), 85–94.
- Fromm, E. (1992). *The Anatomy of Human Destructiveness*. New York: Holt Paperbacks.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2016). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hartinah, S. (2017). *Konsep Dasar Bimbingan Kelompok*. Bandung: Refika Aditama.
- Hendriks, S. M., Spijker, J., Licht, C. M. M., Hardeveld, F., de Graaf, R., Batelaan, N. M., ... Beekman, A. T. F. (2016). Long-term Disability in Anxiety disorders. *BMC Psychiatry, 16*(1), 1–8. <https://doi.org/10.1186/s12888-016-0946-y>
- Hurlock, E. B. (2017). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Ioannis, P., Miltiadis, P., & Eleni, F. (2017). Physical Disabilities and Psychological Issues: A Systematic Review of the Literature. *European Journal of Special Education Research, 2*(3), 1–31. <https://doi.org/10.5281/zenodo.244433> European
- Ireel, A. M., Elita, Y., & Mishbahuddin, A. (2018). Efektivitas Layanan Konseling Kelompok Teknik Restrukturisasi Kognitif untuk Mereduksi Kecemasan Menghadapi Ujian Siswa Kelas VII SMP N 22 Kota Bengkulu. *Consilia: Jurnal Ilmiah BK, 1*(2), 1–10.
- Jones, K. H., Jones, P. A., Middleton, R. M., Ford, D. V., Tuite-Dalton, K., Lockhart-Jones, H., ... Noble, J. G. (2014). Physical Disability, Anxiety and Depression in People with MS: An Internet-Based Survey via the UK MS Register. *PLoS One, 9*(8), 1–9. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0104604>
- Kang, H.-J., Bae, K.-Y., Kim, S.-W., Shin, H.-Y., Shin, I.-S., Yoon, J.-S., & Kim, J.-M. (2017). Impact of Anxiety and Depression on Physical Health Condition and Disability in an Elderly Korean Population. *Psychiatry Investigation, 14*(3), 240–248. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4306/pi.2017.14.3.240>
- Kaplan, D. (2000). The Definition of Disability: Perspective of the Disability Community. *Journal of Health Care Law & Policy, 3*(2), 352–364.

- Konghoiro, I., Kartasasmita, S., & Subroto, U. (2017). Penerapan Group Gestalt Therapy Bagi warga Binaan Lapas Narkotika X yang Mengalami Kecemasan Menjelang Bebas. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 430–438. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.921>
- Lenze, E. J., Rogers, J. C., Martire, L. M., Mulsant, B. H., Rollman, B. L., Dew, M. A., ... Reynolds, C. F. (2001). The Association of Late-life Depression and Anxiety with Physical Disability. *The American Journal of Geriatric Psychiatry*, 9(2), 113–135. <https://doi.org/10.1097/00019442-200105000-00004>
- Lukaningsih, Z. L. (2010). *Pengembangan Kepribadian: untuk Mahasiswa Kesehatan dan Umum*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Machdan, D. M., & Hartini, N. (2012). Hubungan Antara Penerimaan Diri Dengan Kecemasan Menghadapi Dunia Kerja Pada Tunadaksa Di UPT Rehabilitasi Sosial Cacat Tubuh Pasuruan. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental Vol.*, 1(02), 72–78.
- Manipuspika, Y. S. (2018). Correlation between Anxiety and Willingness to Communicate in the Indonesian EFL Context. *Arab World English Journal*, 9(9), 200–217. <https://doi.org/10.24093/awej/vol9no2.14>
- Mardiana, N. (2017). Peranan Guru Bimbingan dan Konseling Dalam Upaya Mengurangi Tingkat Kecemasan Siswa Menghadapi Ujian Nasional. *Sosio-E-Kons*, 9(2), 139–151. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v9i2.1945>
- Mohsin, M. N., Saeed, W., & Zaidi, I. H. (2013). Comorbidity of Physical Disability with Depression and Anxiety. *International Journal of Environment, Ecology, Family and Urban Studies (IJEEFUS)*, 3(1), 79–88.
- Moran, A. (2012). Concentration: Attention and Performance. In S. M. Murphy (Ed.), *The Oxford Handbook of Sport and Performance Psychology*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199731763.013.0006>
- Mushtaq, S., & Akhouri, D. (2016). Self Esteem, Anxiety, Depression and Stress among Physically Disabled People. *The International Journal of Indian Psychology*, 3(4), 125–132.
- Nanay, B. (2017). Catharsis and Vicarious Fear. *Wiley European Journal of Philosophy*, 26, 1371–1380. <https://doi.org/10.1111/ejop.12325>
- Nasution, H. B. (2012). Kecemasan Berkomunikasi Antarpribadi Dalam Tes Wawancara Kerja. *Flow*, 1(1), 1–17.

- Nida, F. L. K. (2014). Zikir Sebagai Psikoterapi dalam Gangguan Kecemasan Bagi Lansia. *Konseling Religi*, 5(1), 133–150. <https://doi.org/10.21043/kr.v5i1.1064>
- Prayitno, Afdal, Ifdil, & Ardi, Z. (2017). *Layanan Bimbingan dan Konseling Kelompok yang Berhasil (Dasar dan Profil)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Purnamarini, D. P. A., Setiawan, T. I., & Hidayat, D. R. (2016). Pengaruh Terapi Expressive Writing Terhadap Penurunan Kecemasan Saat Ujian Sekolah. *Insight: Jurnal Bimbingan Konseling*, 5(1), 36–42. <https://doi.org/10.21009/INSIGHT.051.06>
- Putra, A. R. B. (2014). Peran Guru Bimbingan Konseling untuk Mereduksi Kecemasan Siswa Menjelang Ujian Nasional. *Pedagogik Jurnal Pendidikan*, 9(2), 65–75.
- Rachmady, T. M. N., & Aprilia, E. D. (2018). Hubungan Adversity Quotient Dengan Kecemasan Menghadapi Dunia Kerja Pada Freshgraduate Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Psikogenesis*, 6(1), 54–60.
- Rahayu, Y. I. (2014). Strategi Intervensi Konseling Untuk Mengatasi Kecemasan Siswa. *Paniyatan*, 21(1), 111.
- Rahmati, F., & Zarcian, E. (2014). Effects of 8 Weeks Aerobic Training on the Social-Physical Anxiety in Women with Multiple Sclerosis. *Annals of Applied Sport Science*, 2(2), 65–74. <https://doi.org/10.18869/acadpub.aassjournal.2.2.65>
- Richards, T. A. (2014). *Overcoming Social Anxiety: Step by Step*. California: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Rosliani, N., & Ariati, J. (2016). Hubungan Antara Regulasi Diri dengan Kecemasan Menghadapi Dunia Kerja pada Pengurus Ikatan Lembaga Mahasiswa Psikologi Indonesia (ILMPI). *Empati*, 5(4), 744–749.
- Rottenberg-Rosler, B., Schonmann, S., & Berman, E. (2009). Dear Diary: Catharsis and Narratives of Aloneness in Adolescents' Diaries. *Enquire*, 2(1), 133–156.
- Sari, A. D. K., & Subandi. (2015). Pelatihan Teknik Relaksasi untuk Menurunkan Kecemasan Pada Primary Caregiver Penderita Kanker Payudara. *Gadjah Mada Journal of Professional Psychology*, 1(3), 173–192. <https://doi.org/10.22146/gamajpp.9393>
- Sari, G. N., Nurjasm, Aticeh, Hartaty, D., & Ichwan, E. Y. (2018). Efektivitas VCT dan Terapi Warna dalam Penurunan Tingkat Kecemasan dan Pengambilan Keputusan. *Jurnal Ilmiah Bidan*, III(2), 37–44. <https://doi.org/10.0809/jib.v3i2.77>

- Schneider, A. (2008). *Personal Adjustment and Mental Health* (New York). Rinehart and Winston Inc.
- Shaddri, I., Dharmayana, I. W., & Sulian, I. (2018). Penggunaan Teknik Guided Imagery Terhadap Tingkat Kecemasan Siswa Mengikuti Aktivitas Konseling Kelompok. *Consilia: Jurnal Ilmiah BK*, 1(3), 68–78.
- Smart, A. (2011). *Anak Cacat Bukan Kiamat (Metode Pembelajaran & Terapi Untuk Anak Berkebutuhan Khusus)*. Yogyakarta: Kata Hati.
- Straton, D. (1990). Catharsis Reconsidered. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 24, 543–551. <https://doi.org/10.3109/00048679009062911>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendri, Sugiharto, D., & Suwarjo. (2012). Efektivitas Konseling Kelompok Rational-Emotif untuk Membantu Siswa Mengatasi Kecemasan Menghadapi Ujian. *Jurnal Bimbingan Konseling*, 1(2), 122–128.
- Suliman, S., Stein, D. J., Myer, L., Williams, D. R., & Seedat, S. (2010). Disability and Treatment of Psychiatric and Physical Disorders in South Africa. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 198(1), 8–15. <https://doi.org/10.1097/NMD.0b013e3181c81708>
- Uzun, K. (2016). The Relationship between Foreign Language Anxiety and Self-directed Learning Readiness. *International Association of Research in Foreign Language Education and Applied Linguistics*, 5(1), 30–46.
- Wagner, S. (2010). The Most Inspirational Video You Will Ever See Nick Vujicic. Retrieved from Youtube website: <https://www.youtube.com/watch?v=zOzsJEmjjHs>
- Waqiati, H. A., Hardjajani, T., & Nugroho, A. A. (2013). Hubungan Antara Dukungan Sosial dan Efikasi Diri dengan Kecemasan Menghadapi Dunia Kerja pada Penyandang Tuna Daksa. *Jurnal Psikologi*, 2(1), 1–12.
- Wilianto, V. M., & Adiyanti, M. (2012). Terapi Musik Kognitif Perilaku Untuk Menurunkan Kecemasan Pada Penderita Tekanan Darah Tinggi. *Jurnal Intervensi Psikologi (JIP)*, 4(1), 87–111. <https://doi.org/10.20885/intervensipsikologi.vol4.iss1.art6>
- Yunita, D. Y., & Astuti, T. P. (2014). Kecemasan Dalam Menghadapi Dunia Kerja Ditinjau Dari Konsep Diri Pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Journal Psikologi*, 3(4), 1–12.

KETENTUAN PENULISAN ARTIKEL

1. Artikel bersifat ilmiah berisi hasil riset empiris atau gagasan konseptual dan belum pernah dipublikasikan di sebuah jurnal. Artikel juga bukan merupakan satu bab utuh dari tesis atau disertasi.
2. Panjang artikel antara 15-30 halaman, tidak termasuk judul, abstrak (abstract), kata kunci (keywords), dan bibliografi.
3. Artikel terdiri dari beberapa bagian, yaitu: judul, nama penulis, abstrak (200-250 kata), kata kunci (maksimal 5 kata), dan bibliografi, dengan detail ketentuan sebagai berikut:
 - Penulisan judul tidak boleh lebih dari lima belas (15) kata.
 - Nama penulis ditulis lengkap tanpa gelar, dilengkapi dengan asal institusi, alamat korespondensi (e-mail address), serta nomor telephone/handphone.
 - Abstrak terdiri dari konteks diskursus area disiplin; tujuan penulisan artikel; metodologi (jika ada); temuan riset; kontribusi tulisan di dalam area disiplin. Abstrak ditulis dalam bahasa Inggris dan Indonesia.
 - Pendahuluan terdiri dari pemetaan penelitian terdahulu (literature review, sebaiknya temuan riset sepuluh tahun terakhir) dan novelty tulisan; batas permasalahan yang dibahas; dan argumentasi utama tulisan.
 - Pembahasan berisi proses reasoning argumentasi utama tulisan.
 - Kesimpulan berisi jawaban atas permasalahan tulisan, berdasarkan perspektif teoritis dan konseptual yang dibangun oleh penulis.
 - Referensi mencantumkan sumber pustaka yang menjadi rujukan.
 - Gaya kutipan menggunakan American Psychological Association (APA) 6th Edition, memakai model pengutipan body note (penulis tahun), dengan ketentuan detail sebagai berikut:

1. Book

Dalam referensi ditulis :

Azwar, S. (2016). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Di dalam kutipan ditulis : (Azwar, 2016)

2. Edited book(s)

Dalam referensi ditulis :

Cone, J. D. (1999). Observational assessment: Measure development and research issues. dalam P. C. Kendall, J. N. Butcher, & G. N. Holmbeck (Eds.), *Handbook of research methods in clinical psychology* (pp. 183-223). New York: Wiley.

Di dalam kutipan ditulis : (Cone, 1999)

3. E-book(s)

Dalam referensi ditulis :

Sukanta, P. O., ed. (2014). *Breaking the Silence: Survivors Speak about 1965-66 Violence in Indonesia (translated by Jemma Purdey)*. Clayton: Monash University Publishing. Diakses dari <http://books.publishing.monash.edu/apps/bookworm/view/Breaking+the+Silence%3A+Survivors+Speak+about+1965%E2%80%9366+Violence+in+Indonesia/183/OEBPS/cop.htm>, tanggal 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Sukanta, 2014)

4. Article of the Journal

a. Journal With Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Tekke, M., & Ghani, F. (2013). Examining Career Maturity Among Foreign Asian Students : Academic Level. *Journal of Education and Learning*. Vol. 7 (1), 29-34. DOI: <http://dx.doi.org/10.11591/edulearn.v7i1.173>

Di dalam kutipan ditulis : (Tekke & Ghani, 2013)

b. Journal Without Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Arbiyah, N., Nurwianti, F., & Oriza, D. (2008). Hubungan bersyukur dengan subjective well being pada penduduk miskin. *Jurnal Psikologi Sosial*, 14(1), 11-24.

Di dalam kutipan ditulis : (Arbiyanti, Nurwianti, & Oriza, 2008)

c. E-Journal

Dalam referensi ditulis :

Crouch, M. (2016). "Constitutionalism, Islam and the Practice of Religious Deference: the Case of the Indonesian Constitutional Court." *Australian Journal of Asian Law* 16, 2: 1-15. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2744394, diakses 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Crouch, 2016)

5. Article Website

a. Dengan Penulis

Dalam referensi ditulis :

Hendrian, D. (2016, Mei 2). *Memprihatinkan Anak Pengguna Narkoba Capai 14.000*. Retrieved September 27, 2017, from <http://www.kpai.go.id/berita/memprihatinkan-anak-pengguna-narkoba-capai-14-ribu/>

Di dalam kutipan ditulis : (Hendrian, 2016)

b. Tanpa Penulis

Six sites meet for comprehensive anti-gang initiative conference. (2006, November/December). OJJDP News @ a Glance. Retrieved from: http://www.ncjrs.gov/html/ojjdp/news_acglance/216684/topstory.html tanggal 10 Agustus 2012.

Di dalam kutipan ditulis : (http://www.ncjrs.gov/htmllojdp/news_acglance/216684/topstory.html, 2006)

6. Skripsi, Tesis, atau Disertasi Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Saifuddin, A. (2016). *Peningkatan Kematangan Karier Peserta Didik SMA Melalui Pelatihan Reach Your Dreams dan Konseling Karier* (Tidak Diterbitkan). Surakarta : Magister Psikologi Profesi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Saifuddin, 2016)

7. Manuskrip Institusi Pendidikan Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Nuryati, A., & Indati, A. (1993). *Faktor-faktor yang memengaruhi prestasi belajar*. Unpublished Manuscript, Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Nuryati & Indati, 1993)

4. Penulisan gaya pengutipan dihimbau menggunakan perangkat citation manager, seperti Mendeley, Zotero, EndNote, RefWorks, BibText dan lain sebagainya dengan memakai American Psychological Association (APA) 6th Edition.
5. Transliterasi bahasa Arab menggunakan standar International Journal of Middle Eastern Studies, detail transliterasi dapat diunduh di <http://ijmes.chass.ncsu.edu/docs/TransChart.pdf>
6. Artikel bebas dari unsur plagiat, dengan melampirkan bukti (screenshot) bahwa artikel telah dicek memakai piranti lunak antiplagiat, misalnya, tetapi tidak terbatas pada, plagiarism checker (plagiarisme.com).

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

ISSN : 2527- 5704 (P)

ISSN : 2527- 5682 (E)

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja
Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok
Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti

Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik
Kontinum Konseling Berbasis Alquran
Khilman Rofi Azmi

Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising
Ade Nur Rohim



Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)
Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Editor

Waryono Abdul Ghafur, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Soiman, Asosiasi Profesi Dakwah Indonesia (APDI)
Diajeng Laily Hidayati, Institut Agama Islam Negeri Samarinda
Akhmad Anwar Dani, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Ahmad Saifuddin, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Abraham Zakky Zulhazmi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id
Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Daftar Isi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok <i>Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti</i>	1 - 24
Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran <i>Khilman Rofi Azmi</i>	25 - 58
Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui <i>Digital Fundraising</i> <i>Ade Nur Rohim</i>	59 - 90
Mubalig <i>Youtube</i> dan Komodifikasi Konten Dakwah <i>Ferdi Arifin</i>	91 - 120
Literasi Digital sebagai Upaya Menangkal Hoaks di Era Disrupsi <i>Naimatus Tsaniyah, Kannisa Ayu Juliana</i>	121 - 140
Tren Pengembangan Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Transformasi IAIN Menjadi UIN Surakarta <i>Kamila Adnani</i>	141 - 168



MODEL DAKWAH MILENIAL UNTUK HOMOSEKSUAL MELALUI TEKNIK KONTINUM KONSELING BERBASIS ALQURAN

Khilman Rofi Azmi

Institut Agama Islam Negeri Kudus

Abstract

Keywords:

counseling
continuum;
homosexuals;
millennial preaching

The response of da'wa in dealing with the problems of the people in the digital era can be realized through the millennial missionary model. The purpose of the following research is to develop a pilot model of contemporary preaching for homosexuals. The author uses a study of literature studies in developing this model. Nevertheless, a preliminary study was conducted on six research subjects to provide an initial picture in building this model. The technique of giving advice by using Qur'an-based continuum of counseling approach which explained to the six main stages in dealing with homosexual cases, including: 1) identity (self); 2) relationship; 3) feeling distinction (differential of feeling); 4) identification and evaluation (identify and evaluation); 5) spiritual intervention; 6) acceptance of environment. The six continuums are based on nine letters in the Qur'an. In addition, this model also uses a contemporary approach with the use of information channels on various social media platforms in the form of "one-minute advice video", status, tweet support, and others.

Abstrak

Kata kunci:

dakwah milenial;
homoseksual;
kontinum
konseling.

Respons dakwah dalam menghadapi problematika umat di era digital salah satunya dapat diwujudkan melalui model dakwah milenial. Tujuan penelitian berikut adalah untuk mengembangkan rintisan model dakwah kekinian untuk kaum homoseksual. Penulis menggunakan kajian studi literatur dalam mengembangkan model ini. Meskipun demikian, studi pendahuluan dilakukan terhadap enam subyek penelitian untuk memberikan gambaran awal dalam membangun model ini. Teknik pemberian nasihat dengan menggunakan pendekatan kontinum konseling berbasis Alquran merujuk pada enam tahapan utama dalam menangani kasus homoseksual antara lain: 1) jati diri (*self*), 2) hubungan (*relationship*), 3) distingsi perasaan (*differential of feeling*), 4) identifikasi dan evaluasi (*identify & evaluation*), 5) intervensi spiritual (*spiritual intervention*), 6) penerimaan lingkungan (*acceptance of environment*). Keenam kontinum didasarkan pada sembilan surat pada Alquran. Selain itu, model ini juga memakai pendekatan kekinian dengan pemanfaatan kanal informasi pada berbagai platform media sosial dalam bentuk “*one minute advice video*”, status, tweet support, dan lainnya.

How to cite (APA 6th Style):

Azmi, K. R. (2019). Model Dakwah Milenial Untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 25–58. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1557>

PENDAHULUAN

Cepatnya arus informasi dan teknologi di dunia menghasilkan berbagai dinamika perkembangan keilmuan, tak terkecuali dakwah dan komunikasi Islam. Munculnya teori, konsep, dan *term* baru dalam keilmuan dakwah merupakan indikator serta upaya keilmuan dakwah dalam menjawab tantangan perkembangan zaman yang semakin kompleks. Namun, perkembangan keilmuan ternyata tidak selalu berbanding lurus

dengan arah perbaikan dan eskalasi nilai akhlak masyarakat. Berbagai problem dan fenomena berkaitan dengan krisis sosial (*social crisis*) muncul seiring dengan lahirnya generasi milenial dan generasi Z (gen Z). Salah satu permasalahan yang muncul terkait hal itu adalah orientasi seksual Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender (LGBT). Gaya hidup (*lifestyle*) menjadi salah satu fokus penting dalam rangka memahami berbagai fenomena umat kekinian tersebut. Gaya hidup merupakan salah aspek yang tidak dapat dilepaskan dari munculnya fenomena LGBT.

Mengenai pembagian generasi, Putra (2016) membagi generasi berdasarkan kajian terhadap beberapa tokoh. Misalkan, menurut Tapscott (Putra, 2016) bahwa generasi yang lahir pada tahun 1946 sampai dengan 1964 disebut generasi *Baby Boom*, generasi yang lahir pada tahun 1965 sampai dengan tahun 1975 disebut dengan generasi X, dan generasi yang lahir pada tahun 1976 sampai dengan 2000 disebut dengan generasi digital. Sedangkan menurut Howe dan Strauss (Putra, 2016) bahwa generasi yang lahir pada tahun 1943 sampai dengan tahun 1960 dinamakan generasi *Boom*, generasi yang lahir pada tahun 1961 sampai dengan 1981 dinamakan dengan generasi 13, dan generasi yang lahir pada tahun 1982 sampai dengan 2000 disebut dengan generasi milenial. Dengan demikian, jelas bahwa generasi milenial merupakan istilah dari tokoh Howe dan Strauss. Selain itu, generasi milenial juga diungkapkan oleh Martin dan Tulgan (Putra, 2016), bahwa generasi milenial lahir dan hidup antara tahun 1978 sampai dengan tahun 2000.

Menurut Elia (Azmi, 2015), terdapat dua jenis varian *lifestyle* yakni gaya hidup umum (*the common lifestyle*) dan gaya hidup alternatif (*the alternative lifestyle*). Gaya hidup umum (*the common lifestyle*) mengacu pada pola dan kebiasaan masyarakat tertentu sesuai dengan gaya hidup mayoritas masyarakat lain di seluruh dunia, gaya hidup ini juga biasa disebut dengan *mainstream lifestyle*. Berbeda dengan gaya hidup alternatif (*the alternative*

lifestyle) yang berciri khas ”unik dan berbeda” dibandingkan dengan *lifestyle* umum yang dilakukan oleh mayoritas masyarakat dunia. Varian gaya hidup kedua ini memungkinkan munculnya berbagai dinamika persoalan. Lahirnya kembali kaum LGBT menjadi salah satu indikator gaya hidup ini dan tren ini telah menjadi fenomena di seluruh dunia, tak terkecuali di Indonesia. Walaupun demikian, dalam perspektif hukum kebebasan dan Hak Asasi Manusia (HAM), pilihan gaya hidup alternatif tersebut dianggap bagi sebagian masyarakat lain sebagai sesuatu yang wajar dan masuk dalam kategori hak akan kebebasan seperti layaknya kebebasan beragama yang dilindungi oleh hukum negara (Azmi & Kharis, 2019). Munculnya berbagai komunitas dan organisasi atau perkumpulan khusus seperti Ikatan Gay Malang (IGAMA), IGATA (Ikatan Gay Tulungagung) dan Gay Nusantara Surabaya hanyalah beberapa contoh dari sekian banyak organisasi berbasis LGBT.

Di belahan dunia lainnya, dinamika kaum homoseksual dan lesbian juga mengalami perkembangan yang pesat, terutama di negara maju seperti Amerika dan Australia. Beberapa negara bagian di negara tersebut bahkan telah melegalkan pernikahan sejenis. Tak cukup sampai disitu, setelah mereka resmi menikah kaum lesbian dan homoseksual berupaya melahirkan keturunan melalui jalan inseminasi buatan hingga donor sperma (Ripper, 2007).

Berbagai jenis komunitas dan kelompok pendukung LGBT terutama gay dan lesbian memunculkan penghitungan statistik kisaran penduduk Kinsey yakni sekitar 10% dari total jumlah penduduk di suatu negara (Heiman & Bass, 2015) dengan catatan angka dapat berubah pada negara-negara dengan jumlah muslim yang cukup besar seperti Indonesia yang diprediksikan hanya mencapai 1% saja dari jumlah penduduk. Meskipun demikian, pada tahun 2013 hingga 2015 diperkirakan jumlah komunitas LGBT meningkat secara tajam mencapai sekitar dua juta orang (Davies, 2016).

Menurut kajian ahli dalam bidang kajian sosial (Bockting, Knudson, & Goldberg, 2006), munculnya LGBT diketahui tidak terbatas pada masalah lingkungan saja, namun juga satu kesatuan sistem diri manusia sosial yang terdiri dari fisik, seksual, psikologis, sosial, agama, kesehatan dan budaya. Dalam konteks ilmu sosial, interaksi yang ditunjukkan kaum homoseksual ditunjukkan dengan beberapa hal meliputi paling tidak tiga hal yakni tingkah laku, gaya bicara, dan bahasa (Hidayati, 2017). Ketiga interaksi tersebut hampir selalu ditunjukkan oleh mereka, baik langsung maupun tak langsung. Sebagian kaum gay bahkan memiliki “kode khusus” dalam proses interaksi mereka sehari-hari. Kemiripan nasib dan rasa empati memunculkan rasa “senasib sepenanggungan” dapat menjadi faktor penting yang membuat para gay menjadi percaya diri untuk bersosialisasi dan menunjukkan jati dirinya. Di sisi lain, rasa malu dan kecemasan akan penolakan masyarakat menjadi faktor penghambat diri mereka untuk menunjukkan eksistensi diri.

Studi pendahuluan yang dilakukan oleh penulis pada kurun waktu Desember tahun 2015 hingga bulan November tahun 2017 di kota Malang dan Tulungagung Jawa Timur terhadap delapan orang yang mengikrarkan diri sebagai pelaku homoseksual menghasilkan informasi berdasar data wawancara sebagai berikut: 1) keyakinan dari dalam diri mereka bahwa mereka ingin diakui sebagai masyarakat normal; 2) dua orang mengaku masih menikmati pergaulan gay-nya; 3) enam orang yang mengaku ingin berhenti secara periodik dan lebih mendekatkan diri mereka kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta; 4) semua responden mengaku mempertanyakan Tuhan atas takdir mereka menjadi seorang homoseksual. Hasil tersebut memperkuat adanya “celah” yang belum banyak disentuh oleh masyarakat untuk melakukan pendekatan kaum homoseksual atau gay, khususnya melalui bidang dakwah dan kajian keislaman.

Fenomena lahirnya kembali kaum homoseksual dalam kajian keilmuan Islam telah menjadi pembahasan yang menarik para peneliti.

Meskipun demikian, diperlukan keluasan dan kedalaman kajian dalam memahami fenomena tersebut secara arif dan bijaksana. Secara lebih spesifik, dalam konteks dakwah, rujukan awal yang sering digunakan adalah peristiwa sejarah kaum Nabi Luth alaihi salam. Seperti kutipan hadis Rasulullah sallallahu alaihi wasallam berikut: “*Sesungguhnya yang paling aku takuti (menimpa) umatku adalah perbuatan kaum Luth.*” (Hadis Riwayat Ibnu Majah, nomor hadis 2563, 1457)

Berdasarkan hadis tersebut, maka dapat dimaknai dengan jelas bahwa prediksi *isyarah* Rasulullah sallallahu alaihi wasallam akan terjadi di masa depan. Pernyataan tersebut juga mengandung arti kuat tentang ancaman dan efek yang ditimbulkan ketika kaum homoseksual eksis kembali. Sementara itu, dakwah menjadi salah satu cara yang dapat diupayakan sebagai bentuk ikhtiar untuk menanggulangi fenomena homoseksual. Melalui dakwah, maka diharapkan akan mampu menyentuh sisi *qalibun salim* dari sesama umat agar mereka dapat kembali ke jalan Allah subhanahu wa taala.

Hal selanjutnya yang perlu menjadi kajian lebih mendalam ialah tantangan dan isu berkaitan dengan khazanah keilmuan dakwah. Salah satu isu tersebut ialah keraguan akan efektivitas dakwah yang sesuai dengan perkembangan arus informasi dan teknologi di era globalisasi, khususnya untuk kaum homoseksual atau *gay*. Masih minimnya upaya untuk menanggulangi fenomena tersebut, khususnya dalam bidang dakwah, menjadi tantangan tersendiri bagi pegiat dan peneliti dakwah. Oleh karena itu, menilik dari tantangan dan isu tersebut, maka diperlukan model pendekatan dakwah yang bersifat kontemporer.

Terkait dengan penelitian terdahulu, menurut Fikri (2017) dalam rangka menjalankan metode dan strategi dakwah kontemporer hendaknya dilakukan dengan cara mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan. Dakwah kontemporer juga berarti dakwah yang memanfaatkan fasilitas teknologi modern dan mutakhir di media-media massa. Hal tersebut juga

dinyatakan oleh Sirajuddin (2014) dan Rubawati (2018) bahwa strategi pengembangan dakwah dituntut untuk selalu dikemas dalam kemasan yang menarik dan menggoda. Selain itu, keseluruhan tahapan dalam pembuatan model dakwah harus tetap didasarkan pada prinsip-prinsip Alquran. Prinsip tersebut diantaranya mengacu pada surat An-Nahl ayat 125, yakni *al-hikmah, al-manidzah al-basanah, dan al-mujadalah al-ahsan* (Aliyudin, 2010).

Sementara itu, pelbagai upaya yang dilakukan untuk menanggulangi fenomena homoseksual hampir selalu berkaitan dengan konsep *well being* yang ingin dicapai oleh setiap pelaku homoseksual (Adelia, Novitasari, Laraswati, Sapriha, & El Layli, 2016). Pelaku LGBT, khususnya homoseksual dapat diberikan *treatment* melalui teknik *coming out*. Teknik *coming out* adalah proses ketika kaum LGBT memberitahukan orang lain mengenai orientasi seksualnya (Fadhilah, 2015). Salah satu peran yang ikut berperan dalam proses *coming out* adalah peran jenis kelamin pada kaum LGBT. Peran jenis kelamin merupakan ekspektasi yang menentukan cara perempuan atau laki laki seharusnya berpikir, bertindak, dan merasa (Santrock, 2011).

Selain itu, upaya lain yang telah dilakukan untuk memberikan bantuan kepada komunitas homoseksual juga dilakukan secara online, namun lebih pada kecenderungan untuk mendukung gerakan mereka. Beberapa bantuan yang dilakukan antara lain adalah berkaitan dengan: 1) *LGBTQ therapy for individuals*; 2) *gay couples or marriage counseling*; 3) *online coaching for individuals and couples* (LGBT therapy team, 2019). Dari beberapa upaya yang telah dilakukan untuk memberikan bantuan kepada komunitas ini, ada satu teknik yang dapat dilakukan dan masih dipercaya sebagai obat untuk membantu komunitas homoseksual yakni melalui *Gay Conversion Therapy* (GCT). Walaupun masih menjadi perdebatan di kalangan ahli, Model terapi ini telah dinyatakan efektif dalam beberapa studi kasus yang pernah ada di Amerika (Pappas & Ghose, 2013). *Gay Conversion Therapy* (GCT) merupakan praktik yang dilakukan untuk mengubah orientasi seksual dari homoseksual dan biseksual menjadi heteroseksual. Pada tahun

1980-an, terapi ini menggunakan teknik klinis seperti *electric shock*, *ice-pick lobotomy* atau bedah otak dan pemberian cairan kimia untuk menekan atau meningkatkan hormon tertentu yang dianggap menjadi penyebab terjadinya homoseksual. Namun, perkembangan terapi tersebut telah bergeser dan beberapa orang menyebutnya sebagai *reparative therapy*. Perbedaannya adalah pada pendekatan yang lebih bersifat psikologis melalui konseling, pelatihan sosial, dan intervensi spiritual (Haldeman, 1994; Herek, 1999; Zucker, 2003; Bancroft et al., 2003; Calvert, Carnley, Link, & Riedemann, 2013; Drescher, 2018). Titik tekan dalam pembahasan tersebut adalah perubahan paradigma terapi untuk LGBT yang awalnya cukup ekstrim, menjadi lebih ramah dan bersifat humanis dengan pendekatan komunikasi dan konseling.

Berdasarkan studi pendahuluan tersebut, maka tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengembangkan rintisan model dakwah kekinian terhadap kaum homoseksual atau LGBT. Dengan kata lain, tulisan ini tidak hanya berusaha mengungkap fenomena homoseksual, namun juga berupaya memberikan gambaran alternatif solusi berbasis keislaman dalam bentuk model dakwah milenial melalui teknik konseling dengan enam kontinum dasar berbasis ayat-ayat suci Alquran. *Term* atau istilah milenial dipilih berdasarkan pertimbangan dominannya kaum homoseksual pada usia perkembangan remaja hingga dewasa akhir sehingga pendekatan dakwah yang lebih mutakhir diperlukan dalam membangun model dakwah ini.

Secara umum, homoseksual didefinisikan sebagai golongan lelaki atau perempuan yang mempunyai tarikan seksual terhadap kaum sejenisnya (Haridi, Rahman, & Wazir, 2016). Kajian berkaitan dengan perilaku orientasi seksual seperti lesbian, gay, biseksual, dan transgender telah masuk dalam daftar gangguan psikologis dan perilaku yang berhubungan dengan perkembangan dan orientasi seksual. Dalam PPDGJ (Pedoman Penggolongan dan Diagnosis Gangguan Jiwa) III edisi cetakan pertama

dinyatakan sebagai berikut. “Kode lima karakter berikut mungkin bisa digunakan untuk menunjukkan variasi perkembangan atau orientasi seksual yang mungkin menjadi problem bagi individu seperti homoseksualitas dan biseksualitas” (Depkes R.I., 1993). Berdasar kutipan tersebut dapat dimaknai bahwa homoseksual merupakan gangguan psikologis dan perilaku yang bisa diobati atau disembuhkan sehingga pengidap gangguan dapat kembali normal.

Jika dikaji kembali, gay atau homoseksual merupakan istilah spesifik yang merujuk pada perilaku ketertarikan sesama jenis atau *same sex attraction (SSA)* (Sinyo, 2016). Selain itu, kaum homoseksual juga mempunyai jenis kelompok tertentu sebagai bentuk pola hubungan mereka. Bell dan Weinberg (Masters, Johnson, & Kolodny, 1997) membagi jenis dan pola hubungan dalam dunia kaum homoseksual menjadi lima jenis, antara lain: 1) *close-couple* atau pasangan tidak terbuka, adalah jenis gay yang hidup berdampingan dengan pasangannya serta melaksanakan berbagai kegiatan layaknya kehidupan pasangan suami-istri dengan menyedikitkan konflik dan upaya untuk berganti pasangan; 2) *open-couple* atau pasangan terbuka, yakni homoseksual jenis ini memiliki pasangan dan tinggal bersama, tetapi memiliki pasangan seksual yang banyak, dan menghabiskan waktu yang lebih banyak untuk mencari pasangan seks. Homoseksual jenis ini memiliki permasalahan seksual yang lebih banyak dibandingkan *close-couple* homoseksual; 3) *functional* atau fungsional, yakni homoseksual jenis ini tidak memiliki pasangan, dan memiliki pasangan seks yang banyak, tetapi dengan sedikit masalah seksualitas. Homoseksual ini kebanyakan individu muda, yang belum menerima orientasi seksualnya, dan memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap seksualitas; 4) *dysfunctional* atau disfungsi, yakni jenis homoseksual yang cenderung memiliki ketertarikan terhadap pasangan secara berganti-ganti sehingga memunculkan potensi permasalahan yang cukup beragam; 5) *asexual*, yakni jenis seorang gay yang memiliki ketertarikan seksual yang rendah, ciri lainnya adalah perilaku yang sangat tertutupnya kelompok ini dibandingkan kelompok atau jenis lainnya.

Selain kelima model hubungan tersebut, kaum homoseksual juga memiliki beberapa hubungan sosioseksual. Hubungan sosioseksual merupakan jenis hubungan antara dua pihak yang dibangun berdasarkan interaksi sosialnya (Hidayati, 2017). Menurut Sonenschein (1968) hubungan sosioseksual meliputi: 1) *permanent social relationship*; 2) *nonpermanent social relationship*; 3) *permanent sexual relationship*; 4) *nonpermanent sexual relationship*; 5) *permanent sociosexual relationship*; dan 6) *nonpermanent sociosexual relationship*. Keenam model sosioseksual tersebut mempunyai ciri yang berbeda mulai dari pola interaksi yang bertahan lama dengan ciri permanen hingga hubungan jangka pendek dengan tujuan bersenang-senang. Berdasarkan kajian keislaman, hubungan normal antara satu individu dengan individu lainnya telah berjalan sesuai dengan *sunatullah*, baik sesama laki-laki maupun perempuan. Namun, fenomena terjadinya homoseksual (termasuk perilaku seksual lesbian, gay, biseksual, dan transgender) adalah perilaku yang dianggap menyimpang, baik dalam dimensi agama Islam maupun sosial kemasyarakatan. Alquran telah memberikan berbagai perspektif tentang fenomena homoseksual, mulai dari gambaran sejarah umat terdahulu hingga ancaman dan balasan untuk kaum ini.

Dalam kajian keilmuan Islam, sejarah membuktikan terjadinya suatu peristiwa penting yang menimpa kaum Sodom dan Gomora. Kaum yang telah melakukan perbuatan keji dan mungkar dengan melakukan hubungan seks dengan sesama lelaki maupun sesama perempuan, kemudian turun firman Allah yang menjelaskan kejadian tersebut : “Dan (Kami juga telah mengutus) Luth (kepada kaumnya). (Ingatlah) tatkala dia berkata kepada kaumnya. ‘Mengapa kalian mengerjakan perbuatan fahisyah itu, yang belum pernah dikerjakan oleh seorang pun (di dunia ini) sebelum kalian? Sesungguhnya kalian mendatangi lelaki untuk melepaskan nafsu kalian (kepada mereka), bukan kepada wanita, malah kalian ini adalah kaum yang melampaui batas.’” [Quran Surat Al-A’raf ayat 80-81].

Ayat tersebut menjelaskan pengkategorian serta pelabelan terhadap perbuatan yang dilakukan oleh kaum Nabi Luth alaihi salam. Label tersebut adalah *fāḥisyah*. Sebuah istilah untuk menggambarkan jenis perbuatan buruk yang sangat parah dengan merujuk pada pemaknaan dikalangan ulama tafsir yakni “keliaran dan “kebodohan”(Akbar, 2016). *“Mengapa kamu mendatangi jenis lelaki di antara manusia, dan kamu tinggalkan istri-istri yang dijadikan oleh Tuhanmu untukmu, bahkan kamu adalah orang-orang yang melampaui batas.”* [Quran Surat asy-Syu’ara’ ayat 165-166].

Menurut tafsir Ibnu Katsir, ayat tersebut menjelaskan tentang keengganan kaum laki-laki untuk mendatangi perempuan-perempuan dan malah menyukai sesama laki-laki. Hal tersebut merupakan perbuatan yang melampaui batas karena berarti menempatkan sesuatu bukan pada tempatnya (Syaiikh, 2015). Allah subhanahu wa taala juga berfirman: *“Dan (ingatlah kisah) Luth, ketika ia berkata kepada kaumnya: “Mengapa kamu mengerjakan perbuatan keji itu sedang kamu melihat(nya). Mengapa kamu mendatangi laki-laki untuk (memenuhi) nafsu(mu), bukan mendatangi wanita? Sebenarnya kamu adalah kaum yang tidak dapat mengetahui (akibat perbuatanmu).”* [Quran Surat An-Naml 27 ayat 54-55].

Allah subhanahu wa taala juga memberikan keterangan yang jelas tentang hukuman bagi kaum Nabi Luth alaihi salam *“Maka tatkala datang azab Kami, Kami jadikan negeri kaum Luth itu yang di atas ke bawah (Kami balikkan), dan Kami hujani mereka dengan batu dari tanah yang terbakar dengan bertubi-tubi, yang diberi tanda oleh Tuhanmu, dan siksaan itu tiadalah jauh dari orang-orang yang zalim”* [Quran Surat Hud ayat 82-83]

Berbagai ayat khusus tersebut menggambarkan peristiwa penyebab kaum Nabi Luth alaihi salam dimusnahkan. Beberapa ayat lainnya menggambarkan balasan yang diterima berupa azab kepada kaum Nabi Luth alaihi salam yang telah ingkar kepada Allah subhanahu wa taala. Bahkan, ayat pada surat At Tahrim ayat 10 menjelaskan tempat kaum Nabi Luth alaihi salam di akhirat, yakni di neraka Jahanam seperti dalam kutipan berikut.

“Allah membuat istri Nuh dan isteri Luth sebagai perumpamaan bagi orang-orang kafir. keduanya berada di bawah pengawasan dua orang hamba yang saleh di antara hamba-hamba Kami; lalu kedua isteri itu berkhianat kepada suaminya (masing-masing), Maka suaminya itu tiada dapat membantu mereka sedikitpun dari (siksa) Allah; dan dikatakan (kepada keduanya): “Masuklah ke dalam Jahannam bersama orang-orang yang masuk (jahannam)””. [Quran Surat At-Tahrim ayat 10]

Kesembilan ayat yang membahas kaum homoseksual tersebut (selanjutnya disebut dengan sembilan ayat pamungkas) menjadi salah satu acuan utama dalam mengembangkan model dakwah ini. Ayat yang bersifat ancaman dan ayat yang memberikan deskripsi peristiwa turunnya azab Allah kepada kaum Nabi Luth alaihi salam dielaborasi dalam bentuk pemberian nasihat dan layanan konseling secara terpadu. Pemberian layanan dalam bentuk nasihat dan konseling secara terpadu merupakan istilah teknik atau metode pendekatan yang dilakukan untuk memberikan dampak yang signifikan bagi kaum homoseksual. Istilah terpadu mengacu pada proses pemberian layanan yang bersifat sistematis, mulai pada proses pengadministrasian oleh konselor, yang dilanjutkan pada proses asesmen dan perekaman data awal, kemudian proses inti konseling, refleksi, dan evaluasi hingga dapat bermuara pada layanan rujukan yang memungkinkan kerjasama dengan pihak lain seperti konselor lain, psikolog, dan bahkan psikiater.

Kondisi kekinian yang menggambarkan perubahan dengan sangat cepat bermakna bahwa dinamika arus informasi dan teknologi komunikasi berkembang melebihi zaman-zaman sebelumnya. Manusia tengah berada di era globalisasi, bahkan sebagian lainnya menyebut post-globalisasi. Kemajuan teknologi dan informasi dengan hadirnya media sosial (medsos), *e-commerce*, dan digital ekonomi bisa diakses dengan begitu mudah (Nursyamsi & Aminah, 2018). Kondisi tersebut sangat mungkin menjadi sebuah peluang yang luas dalam pemberian dakwah sesuai dengan anjuran Allah subhanahu wa taala, *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-*

mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” [Quran Surat An-Nahl ayat 125]

Rasulullah sallallahu alaihi wasallam juga memberikan justifikasi pada perintah Allah tersebut melalui hadis berikut. *“Beri kabar gembiralah dan jangan buat ia kabur, mudahkanlah dan jangan mempersulit,”* (Hadis Riwayat Muslim). Pendekatan agama dalam dakwah terhadap generasi milenial dilakukan melalui pemanfaatan media-media komunikasi karena pengguna terbanyak adalah generasi milenial. Dakwah melalui pemanfaatan media sosial dan komunikasi dianggap lebih efektif dalam memperoleh perhatian dan simpati masyarakat milenial. Pendekatan yang sangat berbeda juga mulai ditampilkan oleh para dai-dai milenial. Mulai dari materi, *style*, retorika, performa, dan lain sebagainya. Generasi milenial telah diberikan kelengkapan opsi sesuai dengan selera dan minat masing-masing. Oleh sebab itu, keterampilan dalam pengambilan keputusan yang sesuai dengan kebutuhan sehingga dapat menunjang produktifitas serta peningkatan keimanan menjadi hal yang penting (Suriani, 2017).

Berbagai penelitian terdahulu tentang LGBT sudah banyak dilakukan. Misalkan, penelitian Papilaya (2016) yang menyoroti kurangnya keadilan pada LGBT; Yansyah & Rahayu (2018) tentang pandangan HAM dan agama terhadap perilaku LGBT; Pratama, Fahmi, & Fatmawati (2018) yang menyatakan bahwa perilaku LGBT adalah abnormal berdasarkan kajian psikologi Islam; Santoso (2017) yang menghasilkan bahwa setiap apapun yang diperjuangkan oleh LGBT harus disesuaikan oleh norma Pancasila; Harahap (2016) yang menghasilkan bahwa hak keamanan LGBT harus dijamin namun LGBT juga tidak boleh melanggar aturan dan hak orang lain; Ermayani (2017) yang membahas LGBT berdasarkan sudut pandang agama Islam; Sujana, Setyawati, & Ujanti (2018) yang membahas komunitas LGBT dalam bingkai Pancasila; Suherry, Mandala,

Mustika, Bastiar, & Novalino (2016) yang menganggap bahwa perilaku LGBT adalah abnormal menurut agama Islam, Nasrani, dan Yahudi; Nirwanto (2016) yang membahas upaya pembungkaman *kompas.com* terhadap fenomena pro dan kontra LGBT; Muttaqin (2016) yang mengkonstruksi strategi LGBT untuk menjaga eksistensi di Indonesia; Aryanti MA (2016) yang menganggap bahwa perilaku LGBT dipengaruhi oleh lingkungan; Ayub (2017) yang mengkaji perilaku LGBT berdasarkan perspektif psikologi dan teologi; Winurini (2016) yang menganggap bahwa LGBT merupakan perilaku abnormal berdasarkan kajian psikologi abnormal; Asmara & Valentina (2017) yang menghasilkan bahwa perilaku lingkungan mempengaruhi konsep diri gay; serta Adriani, Angai, & Pradoponingrum (2017) yang meneliti tentang pengungkapan diri gay kepada keluarga.

Penelitian terdahulu tersebut menggunakan berbagai sudut pandang, mulai dari perspektif agama, hukum, masyarakat, sampai dengan psikologi. Akan tetapi, penelitian terdahulu tersebut belum membahas tentang psikoterapi dan konseling dengan menggunakan nilai agama dan keislaman untuk kalangan LGBT. Adapun penelitian ini memfokuskan pada implementasi dari konseling dengan menggunakan kesembilan ayat pamungkas yang diwujudkan dalam konseling dengan teknik enam kontinum untuk kalangan LGBT. Perbedaan lain dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah rumusan konseling dan dakwah dengan menggunakan media modern, mengingat permasalahan tentang LGBT juga menyasar kalangan milenial.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam artikel ini ialah berbasis studi literatur/ studi pustaka yang dilakukan dengan mengkaji dan menggali berbagai teori dan praksis melalui literatur mulai dari buku, jurnal ilmiah, disertasi, *e-book*, internet, dan berbagai data serta fakta yang ada dalam masyarakat, khususnya berkaitan dengan fenomena gay dan dakwah untuk kaum

milenial yang kemudian digunakan untuk mengkonstruksi sebuah model dakwah untuk kaum milenial.

Meskipun berbasis studi literatur, penulis telah melakukan beberapa penggalan data sebagai upaya untuk meneguhkan model dakwah ini. Penggalan data dilaksanakan dengan cara melakukan studi pendahuluan terhadap enam responden yang telah mengaku sebagai homoseksual. Instrumen wawancara telah disusun untuk memberikan tanggapan awal terkait dengan model dakwah ini. Keseluruhan responden mengaku tertarik dengan model dakwah ini sebagai upaya awal mereka untuk sembuh dari penyimpangan orientasi seksual ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Teknik Enam Kontinum Konseling

Model dakwah milenial untuk kaum homoseksual dilakukan melalui teknik konseling dengan enam kontinumnya. Kontinum merupakan rangkaian yang dilalui untuk sampai pada titik tertentu (Ebta, 2018). Hal ini bermakna bahwa dai atau konselor hendaknya dapat menyampaikan risalah agama kepada kaum homoseksual dengan tahapan-tahapan khusus dalam kontinum tersebut.

Model kontinum berikut merupakan model yang diadaptasi dari penelitian Azmi (2015) yang diberi nama enam kontinum konseling untuk kaum LGBT. Namun, model ini tidak sama persis dan mengalami beberapa perubahan. Perbedaan tersebut nampak dengan jelas, yakni jika pada model kontinum sebelumnya menekankan pada proses dan pendekatan konseling dengan mengurangi sisi intervensi spiritual karena model lama memang ditujukan untuk masyarakat secara umum dengan berbagai latar belakang agama, maka model dakwah pada artikel penelitian ini lebih menekankan pada konten dan metode penyampaian dakwah yang memang ditujukan khusus untuk umat Islam. Hal ini dimaksudkan untuk menyesuaikan dengan karakteristik model dakwah yang akan dibangun. Berikut adalah penjelasan enam kontinum tersebut.

Pertama, *jati diri (self)*. *Self* merupakan kontinum pertama yang menjadi dasar atau pondasi untuk melangkah pada tahapan berikutnya. Tahapan ini merupakan tahapan ketika seorang konselor atau dai mulai melakukan pengumpulan data lengkap tentang *mad'u* atau konseli. Sebagai seorang individu, *mad'u* memiliki beberapa informasi mendasar yang dapat dimanfaatkan konselor untuk memberikan gambaran yang utuh tentang masalah yang dialami oleh *mad'u* atau konseli. Beberapa aspek yang menjadi informasi penting bagi konselor antara lain, data fisik, alamat, bentuk tubuh, dan warna kulit, tempat tanggal lahir, berat dan tinggi badan, serta riwayat kesehatan. Selain itu, informasi tentang lingkungan, persepsi pribadi, konsep diri, bahkan visi dan tujuan hidup juga dibutuhkan dalam kontinum tersebut.

Langkah selanjutnya adalah penggalian aspek kesadaran konseli tentang keadaan diri berkaitan dengan *ideal self* (diri ideal) dan *real self*. Dua hal tersebut menjadi sasaran utama dalam menggali data awal tentang jati diri konseli. Informasi mendasar seperti jenis kelamin yang tertera pada KTP atau Kartu Tanda Siswa juga menjadi dasar dalam membangun wawasan atau *insight* sehingga, konseli akan menyadari posisi dan fitrahnya sampai menjadi sosok seperti sekarang. Dalam tahapan ini, beberapa hambatan yang bisa muncul adalah tidaksinkronnya antara data awal dengan perilaku yang ditunjukkan, perdebatan antara konselor dan konseli, serta timbulnya sikap kepura-puraan dan bias budaya. Beberapa permasalahan yang berpotensi timbul pada kontinum awal ini dapat diatasi dengan pemenuhan keterampilan teknik komunikasi yang baik dari dai atau konselor. Penerimaan tanpa penghakiman konselor terhadap kondisi awal menjadi hal yang juga tidak dapat ditinggalkan.

Kedua, hubungan (*relationship*). Tahapan selanjutnya ialah *relationship* berkaitan dengan dua data utama yang hendaknya diketahui oleh pendakwah atau konselor sebelum mengeksplorasi lebih jauh tentang diri klien. Dua data tersebut adalah data kuantitatif dan data kualitatif.

Data kuantitatif merujuk pada hitungan tertentu berkaitan dengan jumlah kenalan, teman, dan sahabat berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Sedangkan jumlah kualitatif merujuk pada tingkat kualitas kedekatan dan kesolidan (kohesivitas) antar satu klien dengan teman-temannya.

Jalinan hubungan konseli dengan lingkungan sosialnya dapat menjadi salah satu pemicu menguatnya fenomena gay dan lesbian. Jalinan hubungan sosial dengan sesama jenis dan atau lawan jenis dapat menjadi data bagi konselor dalam mengembangkan permasalahan diri konseli sehingga memperoleh gambaran sosial yang baik. Secara teoritis, konselor atau pendakwah dapat menggunakan sosiometri dalam memetakan hubungan sosial dengan lingkungannya. Beberapa aspek yang patut dipertimbangkan konselor antara lain: 1) hitungan teman, kenalan, sahabat laki-laki dan perempuan; 2) berkaitan dengan berbagai pengalaman serta bagaimana konseli diperlakukan dan memperlakukan lingkungan sosialnya; 3) aspek karakteristik teman, sahabat serta *locus/ setting* ketika berhubungan sosial.

Ketiga, *differential of feeling*. Berdasarkan pada kontinum sebelumnya, maka langkah kontinum selanjutnya adalah pengidentifikasian klien terhadap perbedaan perasaan kepada teman-teman dan lingkungan sekitarnya. Aspek perasaan atau sisi afektif menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam menangani konseli/klien dengan label homoseksual. Perasaan menjadi salah satu tolok ukur yang harus digali oleh pendakwah secara mendalam. *Feeling* yang masuk dalam kategori sisi afektif berkaitan dengan beberapa hal berikut: 1) pandangan terhadap peran laki-laki dan perempuan serta dinamikanya; 2) perasaan-perasaan mendalam yang timbul dan tenggelam terhadap lingkungan sosialnya perlu diuraikan secara lebih mendalam; 3) penggalian pengalaman masa lalu berkaitan dengan dominasi perasaan tertentu terhadap suatu pengalaman tertentu yang paling berkesan dalam hidup; 4) penyimpulan dan *labelling* perasaan terhadap peristiwa dan orang tertentu. Karena menggunakan terminologi kontinum, maka pendakwah atau konselor mengupayakan suatu kontinum

dapat dilalui bersama konseli dengan sungguh-sungguh. Ketika dalam satu kontinum belum tuntas maka, seorang pendakwah atau konselor tidak dapat meneruskan pada tingkatan kontinum selanjutnya. Hal ini untuk mengantisipasi hal-hal yang menjadi penyebab gagalnya model terapi ini.

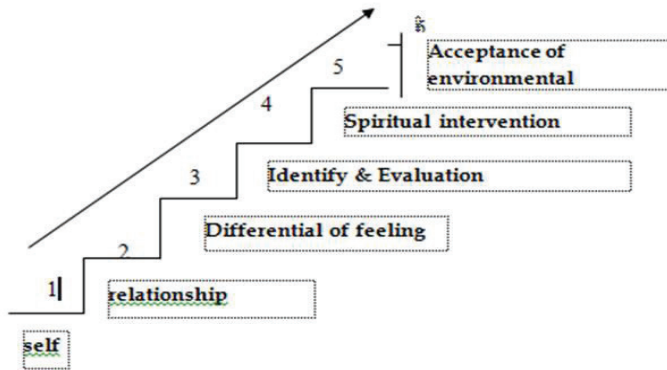
Keempat, identifikasi dan evaluasi (*identification and evaluation*). Tahapan *identify* merupakan proses mengidentifikasi konseli berdasarkan data yang ada pada kontinum-kontinum sebelumnya. Tahapan ini juga dilaksanakan secara persuasif dengan membentuk pikiran-pikiran sadar konseli untuk kembali pada fitrah atau kondisi dasar manusia. Pada tahapan ini juga pendakwah atau konselor mengajak konseli untuk melakukan pelabelan dan pengukuhan konsep diri tentang menjadi normal atau tetap pada komitmen diri menjadi seorang LGBT.

Pelabelan tersebut menjadi hal yang penting untuk menentukan langkah intervensi konselor atau pendakwah pada kontinum selanjutnya. Setiap keputusan yang diambil konseli harus diberikan wawasan tentang seluruh konsekuensi logis dari setiap keputusan yang telah diambil. Dalam tahapan ini juga terdapat kontinum evaluasi diri atau *evaluation*. Tahapan evaluasi mengacu pada proses refleksi diri secara lebih dalam berkaitan dengan keseluruhan pengalaman yang masih diingat mulai saat kecil hingga dewasa ini. Pendakwah atau konselor juga dapat menggunakan pendekatan tertentu untuk mengeksplorasi pikiran bawah sadar konseli, misalkan dengan menggunakan teknik psikoanalisis. Proses ini dapat berlangsung dengan cara relaksasi, refleksi, kontemplasi, dan muhasabah diri. Relaksasi dipilih dengan tujuan memberikan kenyamanan bagi klien agar lebih mudah dalam mengekspresikan pikiran bawah sadarnya (Corey, 2015).

Kelima, *spiritual intervention*. *Spiritual intervention* atau intervensi spiritual mengacu pada inti keseluruhan kontinum yang dilalui oleh pendakwah bersama kliennya. Intervensi spiritual mengacu pada unsur-unsur dakwah *bil hal* yang memberikan fleksibilitas dan keluwesan bagi

seorang pendakwah dalam rangka menyampaikan risalah dan substansi dakwahnya. Memberikan penjelasan dan nasihat yang baik atau *mau'idhah hasanah* menjadi kunci dalam penyampaian sembilan ayat pamungkas untuk klien homoseksual. Teknik yang diberikan tidak hanya dalam bentuk nasihat dan ancaman semata, karena teknik ini dikhawatirkan dapat membuat klien tidak merasa nyaman. Oleh karena itu, teknik konseling dan psikoterapi Islam dengan pendekatan komunikasi yang baik sangat dibutuhkan dalam rangka membuat klien menjadi nyaman dan merasa dihargai sebagai seorang yang sedang membutuhkan bantuan. Intervensi spiritual menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam menangani kaum homoseksual.

Keenam, *acceptance of environmental*. *Acceptance of environmental* atau penerimaan diri terhadap lingkungan adalah kontinum terakhir yang wajib dilalui oleh seorang pendakwah atau konselor dalam rangka memberikan bantuan kepada klien homoseksual agar mereka dapat diterima kembali dengan identitas sejati, yakni seorang lelaki atau perempuan dengan orientasi seks normal dan penuh dengan religiositas. Tahapan ini juga dapat berarti pada tindakan lanjutan setelah klien melampaui kontinum-kontinum sebelumnya. Tindak lanjut atau *follow up* menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh pendakwah dalam rangka memberikan *monitoring* terhadap setiap perkembangan serta potensi masalah yang mungkin timbul usai melampaui kontinum-kontinum sebelumnya.



Gambar 1. Desain Model Dakwah Milenial Melalui Teknik Enam Kontinum
Konseling Berbasis Alquran

Berdasarkan gambar *grand design* tersebut, dapat dimaknai bahwa proses pemberian layanan dalam model konseling ini adalah berjenjang, mulai jenjang satu sampai dengan enam. Beberapa kemungkinan yang muncul adalah kesulitan dalam melampaui suatu tahapan tertentu, dalam hal ini maka konselor atau pendakwah diperbolehkan untuk turun kembali pada tahapan tertentu. Artinya, walaupun tahapan telah dibuat sedemikian rupa, model ini adalah model dakwah dan konseling yang tidak terlalu kaku serta bersifat fleksibel. Hal ini dikarenakan kondisi masing-masing klien sangat bervariasi. Lebih lanjut, setiap jenjang merupakan tahapan yang wajib dilalui dengan indikator-indikator yang telah dijelaskan dalam uraian sebelumnya serta kesimpulan indikator dalam tabel berikut.

Tabel 1. Indikator Enam Kontinum Konseling untuk Homoseksual

<i>Continuum</i>	<i>Indikator</i>
Jati diri	• Identitas spesifik • Jenis kelamin • Pengalaman masa lalu
Hubungan	• Jumlah teman • Kategorisasi teman dekat • <i>Click</i>
Distingsi Perasaan	• Gender • Perasaan terhadap teman-teman sekitar • Orientasi seksual
Identifikasi dan Evaluasi	• Deklarasi dan pelabelan diri • Kajian khusus sembilan ayat pamungkas untuk homoseksual
Intervensi Spiritual	• Nilai-nilai universal • Pengalaman masa lalu • Preposisi
Penerimaan Lingkungan	• Identifikasi masalah utama • problem manajemen masalah • Alternatif solusi perubahan • Tindak lanjut

Model Dakwah Milenial Melalui Teknik Enam Kontinum Konseling Berbasis Alquran

Respons dakwah terhadap problematika umat dapat diwujudkan salah satunya melalui model dakwah milenial dan kekinian. Hal ini menjadi penting karena Indonesia sebagai salah satu negara dengan mayoritas muslim terbesar didunia akan mengalami lompatan dinamika masyarakat melalui bonus demografi pada tahun 2030. Bonus demografi merupakan kondisi ketika populasi usia produktif lebih banyak dari usia nonproduktif (Andi, 2017). Hal ini juga berdampak pada khazanah keilmuan dakwah yang menuntut penyesuaian model dakwah sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan zaman.

Model dakwah milenial merujuk pada teknik penyampaian risalah-risalah agama dalam dakwah terhadap generasi milenial yang dilakukan

melalui pemanfaatan media-media komunikasi dan teknologi. Generasi muslim milenial berkemajuan adalah generasi penentu dan pelopor yang unggul dan modern (Irsyad, 2018). Hal ini penting mengingat bahwa salah satu karakteristik generasi milenial adalah selalu terkoneksi dengan berbagai fitur di internet (Zulhazmi & Hastuti, 2018). Di sisi lain, penggunaan media sosial dalam rangka konseling dan dakwah untuk kaum homoseksual juga dalam rangka meneguhkan dampak positif dari internet dan media sosial. Seperti yang dijelaskan oleh Zulhazmi & Hastuti (2018) bahwa internet dan media sosial memiliki beberapa kontribusi positif dalam dakwah. Dalam konteks rintisan model dakwah yang dibangun melalui tulisan ini, maka titik tekan yang dikaji oleh penulis adalah model dakwah menggunakan teknik enam kontinum konseling untuk kaum homoseksual dengan pendekatan modern dan bersifat milenial. Penggunaan media, metode, serta tahapan dalam model ini menjadi poin kajian sebagai penciir khusus yang membedakan dengan model dakwah lainnya.

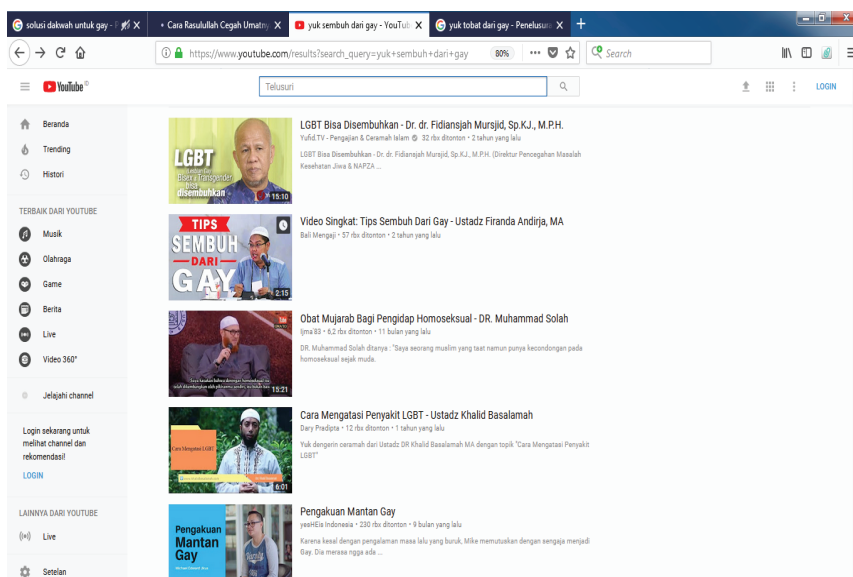
Penggunaan teknologi dan media sosial dalam konseling dengan teknik enam kontinum akan memudahkan pendakwah dalam melaksanakan model dakwah ini. Hal ini dikarenakan model kontinum adalah tahapan-tahapan yang jelas dan detail. Kajian khusus sembilan ayat pamungkas untuk klien yang berada pada kontinum kelima, diberikan dengan pendekatan komunikasi dalam konseling, psikoterapi, dan komunikasi Islam. Hal ini sesuai dengan kajian teori bahwa komunikasi antar ahli dan klien menjadi kunci suksesnya sebuah terapi (Fauzan, 2008). Hal ini juga bermakna bahwa seorang pendakwah atau dai dapat menggunakan keterampilan komunikasi sehingga membuat klien merasa nyaman dan mau terbuka terhadap dirinya (*self disclosure*).

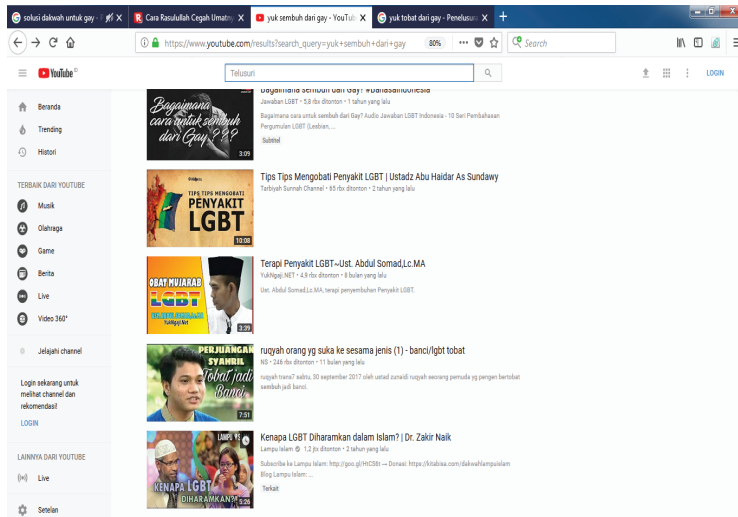
Penggunaan rintisan model dakwah milenial ini juga tepat ketika dilakukan di lembaga-lembaga khusus konseling, pusat layanan, unit, dan ruang publik lainnya seperti di pesantren, sekolah umum dan agama, serta perguruan tinggi. Studi pendahuluan yang dilakukan penulis sebagai modal

awal untuk membangun model ini dilakukan di beberapa tempat, seperti unit khusus perguruan tinggi, pesantren, dan ruang publik seperti kafe dan tempat makan/kantin.

Model dakwah milenial juga merujuk pada penggunaan media khusus seperti pemanfaatan berbagai platform media sosial, misalkan *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Youtube* dengan teknik publikasi seperti *one minute advice video*, *status*, *tweet support*, dan lainnya. Hal ini sesuai dengan jawaban dari para pakar dan ahli dakwah yang mencoba mengelaborasi teknik dakwah dengan media sosial secara masif, seperti pendapat Arifin (2011).

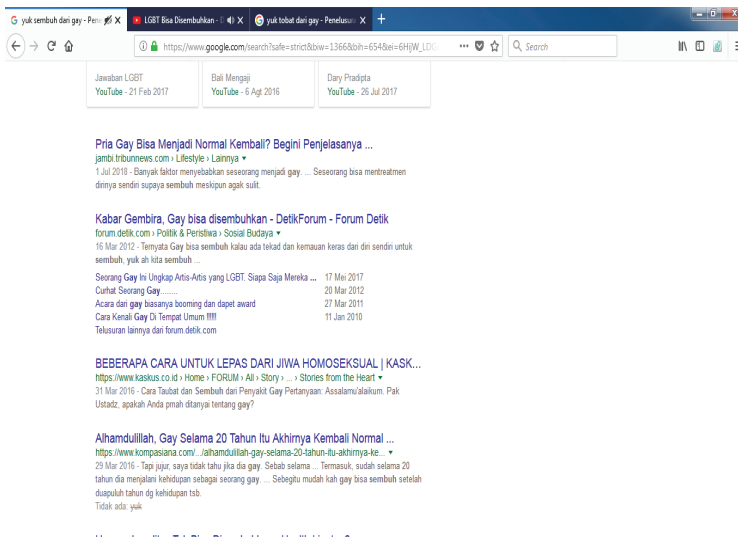
Pendakwah atau konselor dapat memanfaatkan sebagian atau keseluruhan fitur dalam melaksanakan setiap kontinum yang dilalui, seperti pemanfaatan media *Youtube* berikut ini.





Gambar 2. Pemanfaatan Youtube untuk Model Dakwah Milenial

Selain pemanfaatan platform *Youtube*, seorang pendakwah atau konselor juga disarankan untuk memanfaatkan mesin pencari seperti google, ask.com, yahoo, dan model sejenis untuk memberikan penguatan kepada klien/kaum homoseksual dalam rangka orientasi dan penyembuhan, seperti contoh berikut.



Gambar 3. Pemanfaatan Mesin Pencari untuk Model Dakwah Milenial

Penggunaan mesin pencari seperti gambar tersebut merupakan perwujudan dari tantangan pemanfaatan teknologi untuk berdakwah dan pengembangan potensi diri (Niam, 2018). Dalam konteks rintisan model ini, maka seorang pendakwah dapat memanfaatkan media tersebut mulai awal kontinum (untuk menunjukkan gejala dan fenomena awal) hingga kontinum kelima (yakni, intervensi spiritual yang menjadi kontinum inti dalam model ini). Selain itu, hal yang perlu diperhatikan adalah kesesuaian dengan segmen dakwah yang akan menentukan keberhasilan dari model ini. Usia mulai remaja awal hingga dewasa akhir menjadi usia yang sesuai dengan segmen dalam implementasi model ini.

Penting bagi konselor atau dai sebagai komunikator atau pembawa pesan untuk menggunakan media komunikasi dan media sosial ini dalam implementasi konseling dengan teknik enam kontinum tersebut. Hal ini untuk menunjang sampainya pesan dan menarik perhatian dari klien sehingga muncul dorongan pada diri klien untuk mengikuti proses konseling. Menurut Effendy (2003), terdapat beberapa faktor psikologis yang mempengaruhi efektivitas pelaku komunikasi atau komunikator. Beberapa diantaranya adalah kredibilitas dan atraksi. Kredibilitas ini dapat dicapai oleh konselor dan dai dengan cara meningkatkan pengetahuan dan mengasah keterampilan dalam penerapan konseling, khususnya konseling dengan teknik enam kontinum. Adapun atraksi adalah daya tarik komunikator (dalam hal ini konselor atau dai). Daya tarik ini bisa diwujudkan dengan menggunakan media sosial dan teknologi. Saat ini, setiap kalangan menjadi pengguna media sosial dan teknologi. Terlebih lagi, media sosial dan teknologi menjadi andalan bagi kalangan LGBT untuk menjalin komunikasi.

Menurut Johnson (2014), salah satu keterampilan mengirimkan pesan agar pesan dapat diterima dengan baik adalah menyesuaikan cara penyampaian pesan. Dalam konteks implementasi konseling menggunakan teknik enam kontinum, konselor dan dai dapat menggunakan teknologi

dan media sosial untuk menyesuaikan pihak klien. Sehingga, diharapkan pesan-pesan yang disampaikan dalam konseling dapat diterima dengan baik. Selain itu, media sosial dan teknologi ini juga diharapkan dalam mempermudah pihak klien dalam melaksanakan proses konseling.

Pendekatan yang berfokus pada hubungan sosial dan konseling dengan kemasan dakwah merupakan terobosan yang diinspirasi oleh terapi khusus bernama *reparative therapy* yang telah terbukti dapat memberikan efek positif terhadap orientasi seksual (Pappas & Ghose, 2013). Selanjutnya, langkah pendekatan konseling dapat menggunakan berbagai model, seperti pendekatan psikoanalisis dengan teknik analisis mimpi, asosiasi bebas atau pendekatan lain yang menyentuh alam bawah sadar dan perilaku seperti pendekatan behaviorial. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan jenis permasalahan yang menimpa kaum gay yang muncul dikarenakan beberapa aspek berikut: 1) trauma masa lalu; 2) pengaruh hormon; dan 3) lingkungan sekitar (Pappas & Ghose, 2013).

Integrasi antara teknik enam kontinum konseling dengan dakwah milenial menjadi kunci keberhasilan dari rintisan model ini. Perpaduan antara keilmuan dakwah, konseling, psikologi, dan teknologi komunikasi menjadi *stressing point* atau titik tekan penulis dalam rangka menjawab problematika umat, khususnya fenomena homoseksual.

Berdasarkan penjelasan tersebut, model konseling teknik enam kontinum dengan menggunakan media sosial dan komunikasi yang modern ini berbeda dengan konseling dan psikoterapi model lain. Konseling dan psikoterapi model lain misalkan terapi konversi atau *conversion therapy* dan *reparative therapy* atau terapi reparatif, yaitu sebuah terapi yang bertujuan untuk mengubah atau mengembalikan orientasi seksual LGBT (Bartlett, 2018; Wright, Candy, & King, 2018; Mallory, Brown, & Conron, 2018). Terapi konversi dan terapi reparatif memiliki persamaan dengan konseling teknik enam kontinum, yaitu sama-sama bertujuan mengembalikan orientasi seksual seseorang. Akan tetapi, terapi konversi dan terapi reparatif

ini belum tentu menggunakan perspektif atau nilai agama. Adapun model konseling teknik enam kontinum ini berupaya mengintegrasikan perspektif konseling dengan agama Islam.

Model konseling teknik enam kontinum dengan menggunakan media komunikasi modern ini juga berbeda dengan konsep bimbingan dan konseling Islam untuk LGBT yang dirumuskan oleh Dores (2016) dan Faizin (2016). Konsep bimbingan dan konseling Islam tersebut masih merupakan konsep umum, sedangkan konseling model enam kontinum ini sudah sampai pada penjabaran setiap sesi dan implementasi. Konseling teknik enam kontinum dengan menggunakan media komunikasi yang modern ini juga berbeda dengan teknik konseling berbasis spiritual yang diteliti oleh Ardiansyah (2018). Perbedaannya terletak pada metode konseling. Jika konseling yang diteliti oleh Ardiyansah (2018) tersebut menggunakan sistem pondok untuk transgender, maka teknik enam kontinum bisa berlangsung fleksibel dengan menggunakan media komunikasi dan media sosial dan tidak menggunakan sistem pondok. Di sisi lain, teknik konseling yang dibahas dalam artikel penelitian ini merupakan upaya menspesifikkan konsep dari penelitian Azmi (2015). Dalam penelitian tersebut, sudah membahas tentang konseling teknik enam kontinum. Kemudian, dalam artikel penelitian ini penulis mencoba menspesifikkan metode atau cara penyampaian konseling dengan teknik enam kontinum tersebut dengan menggunakan media komunikasi dan teknologi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Mengembangkan rintisan model dakwah kekinian untuk kaum homoseksual melalui teknik kontinum konseling berbasis Alquran adalah bentuk langkah nyata dalam menjawab respons dakwah atas berbagai problematika umat di era digital. Model ini dibangun berdasarkan langkah-langkah ilmiah, seperti studi pendahuluan dan kajian literatur. Substansi

model berbasis kemutakhiran menjadi poin penting dalam hal kebaruan. Hal ini ditunjukkan dengan penggunaan teknik enam kontinum yang belum pernah dibuat oleh peneliti dan ahli bidang terkait sebelumnya. Dalam subbab pembahasan, penulis mempunyai kekuatan opini yang didialogkan dengan teori sehingga membuat *standing opinion* yang jelas. Model dakwah milenial melalui teknik kontinum konseling berbasis Alquran yang diintegrasikan dengan berbagai platform media sosial seperti *Facebook*, *Youtube*, *Twitter*, dan lain sebagainya adalah contoh konkret dari banyak model dakwah kontemporer yang dikaji sebatas pada teori saja.

Meskipun demikian, penulis menyadari bahwa rintisan model ini belum sempurna. Hal ini dikarenakan model dakwah atau konseling dengan teknik enam kontinum menggunakan media yang modern ini belum pernah diuji efektivitasnya sehingga, memerlukan kajian dan penelitian lebih lanjut terutama penelitian lapangan untuk menguji seberapa besar rintisan model ini. Dengan demikian, konsep ini menjadi model yang lebih baik. Namun, berdasarkan penelitian ini pula memunculkan pemahaman bahwa melalui rintisan model ini akan dapat menjembatani kebutuhan akan tuntutan dakwah di zaman modern dengan kebutuhan serta problematika yang dialami oleh kaum milenial.

Saran

Model dakwah kekinian untuk kaum homoseksual melalui teknik kontinum konseling berbasis Alquran masih dirasa memerlukan perbaikan dan pengujian lebih lanjut. Hal ini dipandang sangat perlu dilakukan dengan rasional bahwa kebutuhan dakwah untuk segmentasi khusus perlu dikembangkan secara berkelanjutan. Beberapa saran yang dapat dilaksanakan oleh peneliti lain, antara lain: 1) model dakwah ini memerlukan uji efektivitas sehingga, lebih dapat dipertanggungjawabkan manfaatnya bagi umat; 2) pemanfaatan media sosial perlu ditambah, seperti *Telegram*, *Instagram*, dan *Line* melalui akun-akun resmi yang dapat

menerima *hotline* dan adanya tindak lanjut; 3) perlunya lebih banyak kajian dan kerjasama dalam bidang dakwah dengan pendekatan hubungan sosial antara komunitas gay di seluruh Indonesia. Melalui saran-saran tersebut diharapkan model dakwah dan konseling ini akan dapat berkembang secara lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, D., Novitasari, D., Laraswati, N., Sapriha, S., & El Layli, S. R. (2016). Program Coming Out Kaum LGBT Dewasa Awal pada Masyarakat dan Keluarga. *Jurnal Psikologi Dan Ilmu Sosial*, 5(9), 1–8.
- Adriani, S., Angai, A. I., & Pradoponingrum, R. A. (2017). Pengungkapan Diri Gay Kepada Keluarga. *Psikosains*, 12(1), 1–8.
- Akbar, C. (2016). Faahisyah. Retrieved November 30, 2018, from hidayatullah.com website: <https://www.hidayatullah.com/spesial/hidcompedia/read/2016/02/16/89469/faahisyah.html>
- Aliyudin. (2010). Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Qur'an. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 4(15), 1007–1021. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i15.431>
- Andi, F. (2017). Kenapa Bonus Demografi Jadi Kesempatan Emas bagi Indonesia? Retrieved November 30, 2018, from tribunnews.com website: <http://www.tribunnews.com/kilas-kementerian/2017/09/29/kenapa-bonus-demografi-jadi-kesempatan-emas-bagi-indonesia>
- Ardiansyah. (2018). Upaya Bimbingan Konseling Nilai dan Spiritual Terhadap Transgender di Yogyakarta. *Counsellia: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(2), 71–87. <https://doi.org/10.25273/counsellia.v8i2.2568>
- Arifin, A. (2011). *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aryanti MA, Z. (2016). Faktor Resiko Terjadinya LGBT pada Anak dan Remaja. *NIZHAM: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 42–49.

- Asmara, K. Y., & Valentina, T. D. (2017). Konsep Diri Gay yang Coming Out. *Psikologi Udayana*, 4(2), 277–289.
- Ayub. (2017). Penyimpangan Orientasi Seksual (Kajian Psikologis dan Teologis). *Tasfiah: Jurnal Pemikiran Islam*, 1(2), 181–226. <https://doi.org/10.21111/tasfiah.v1i2.1851>
- Azmi, K. R. (2015). Enam Kontinum Dalam Konseling Transgender sebagai Alternatif Solusi untuk Konseli LGBT. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling: Jurnal Kajian Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*, 1(1), 50. <https://doi.org/10.26858/jpkk.v1i1.1136>
- Azmi, K. R., & Kharis, M. (2019). Optimalization of Interfaith Organization (IO) in ASEAN: Inspiration from Indonesian's IO (Forum Kerukunan Umat Beragama) for Preventing and Dealing Conflicts in Myanmar, Thailand, and Indonesia. *International Research Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(2), 1–8.
- Bancroft, J., Beckstead, A. L., Byrd, A. D., Carlson, H. M., Cohen, K. M., Savin-Williams, R. C., ... Yarhouse, M. A. (2003). Understanding the Self-reports of Reparative Therapy "Successes." *Archives of Sexual Behavior*, 32(5), 419–468. https://doi.org/10.1300/5503_06
- Bartlett, A. (2018). Conversion Therapy and the LGBT Community. *BJPsych Bulletin*, 42(6), 264. <https://doi.org/10.1192/bjb.2018.90>
- Bockting, W. O., Knudson, G., & Goldberg, J. M. (2006). Counseling and Mental Health Care for Transgender Adults and Loved Ones. *International Journal of Transgenderism*, 9(3–4), 35–82. https://doi.org/10.1300/J485v09n03_03
- Calvert, C., Carnley, K., Link, B., & Riedemann, L. (2013). Conversion Therapy and Free Speech: A Doctrinal and Theoretical First Amendment Analysis. *William & Mary Journal of Women and the Law*, 20(9), 525–571.
- Corey, G. (2015). *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy*. Belmont, California: Thomson Brooks/ Cole.
- Davies, S. G. (2016). Indonesian 'Tolerance' under Strain as Anti-LGBT Furore Grows. Retrieved November 30, 2018, from ass.asn.au website: <http://asaa.asn.au/indonesian-tolerance-under-strain-as-anti-lgbt-furore-grows/>

- Depkes R.I. (1993). *Pedoman Penggolongan dan Diagnosis Gangguan Jina di Indonesia III*. Jakarta: Bhakti Husada.
- Dores, A. (2016). Konsep Bimbingan Konseling Islam dalam Mengatasi Remaja Terjerumus Dalam Perilaku Homoseksual. *Intelektualita*, 5(1), 57–66.
- Drescher, J. (2018). Sexual Conversion Therapies. *Article*.
- Ebta, S. (2018). Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. Retrieved November 30, 2018, from kbbi.web.id website: <https://kbbi.web.id/kontinum>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditia Bakti.
- Ermayani, T. (2017). LGBT dalam Perspektif Islam. *Jurnal Humanika*, XVII(2), 147–168. <https://doi.org/10.21831/hum.v17i1.18569>
- Fadhilah, T. S. (2015). Pasanganku Sejenisku (Studi Kasus tentang Gay yang Coming Out kepada Orang Tua). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 9(5), 1–16.
- Faizin, M. (2016). Konseling Islam sebagai Solusi Fenomena Transgender. *NIZHAM*, 05(01), 88–96. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/32H4K>
- Fauzan, L. (2008). *Teknik-Teknik Komunikasi untuk Konselor*. Malang: UM Press.
- Fikri, H. K. (2015). Metode Dakwah: Solusi untuk Menghadapi Problematika Dakwah Kontemporer. *Komunike*, 7(2).
- Haldeman, D. C. (1994). The Practice and Ethics of Sexual Orientation Conversion Therapy. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 62(2), 221–227.
- Harahap, R. D. K. A. (2016). LGBT di Indonesia: Perspektif Hukum Islam, HAM, Psikologi dan Pendekatan Maṣlaḥah. *Al-Ahkam*, 26(2), 223–248. <https://doi.org/10.21580/ahkam.2016.26.2.991>
- Haridi, N. H., Rahman, K. A. A., & Wazir, R. (2016). Metodologi Dakwah Terhadap Golongan Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT). *Jurnal Pengajian Islam*, 9(II), 103–119.
- Heiman, J. R., & Bass, J. L. (2015). Kinsey Institute. In P. Whelehan & A. Bolin (Eds.), *The International Encyclopedia of Human Sexuality* (pp. 633–647). <https://doi.org/10.1002/9781118896877.wbiehs250>

- Herek, G. M. (1999). *“Reparative Therapy” and Other Attempts to Alter Sexual Orientation : A Background Paper*. 1–4.
- Hidayati, N. 'Azmi U. (2017). Interaksi Simbolik Kaum Gay: Studi Fenomenologi Kaum Gay di Kalangan Mahasiswa di Yogyakarta. Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta, Surakarta.
- Irsyad, S. (2018). Mendidik Muslim Millenial Berkemajuan. Retrieved November 30, 2018, from muhammadiyah.or.id website: <http://www.muhammadiyah.or.id/id/news-13411-detail-mendidik-muslim-millenial-berkemajuan.html>
- Johnson, D. H. (2014). *Reaching Out: Interpersonal Effectiveness and Self-Actualization* (11 Ed). Boston, MA: Pearson Education, Inc.
- LGBTQ therapy team. (2018). LGBTQ Therapy. Retrieved November 30, 2018, from thegaytherapycenter.com website: <https://www.thegaytherapycenter.com/>
- Mallory, C., Brown, T. N. T., & Conron, K. J. (2018). Conversion Therapy and LGBT Youth. *The Williams Institute UCLA School of Law*, (January), 1–8. Retrieved from <https://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/Conversion-Therapy-LGBT-Youth-Jan-2018.pdf>
- Masters, W., Johnson, V. E., & Kolodny, R. C. (1997). *Human Sexuality* (4th Ed). Boston: Allyn & Bacon.
- Muttaqin, I. (2016). Membaca Strategi Eksistensi LGBT di Indonesia. *Raheema: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 3(1), 78–86. <https://doi.org/10.24260/raheema.v3i1.562>
- Niam, A. M. (2018). Memanfaatkan Teknologi untuk Berdakwah dan Pengembangan Potensi Diri. Retrieved November 30, 2018, from nu.or.id website: <http://www.nu.or.id/post/read/89244/memanfaatkan-teknologi-untuk-berdakwah-dan-pengembangan-potensi-diri>
- Nirwanto, G. D. (2016). Pembangkaian Berita Pro Kontra LGBT di Laman Topik Pilihan Kompas.com. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 1–12.
- Nursyamsi, M., & Aminah, A. N. (2018). Kebutuhan Dakwah Generasi Milenial. Retrieved November 30, 2018, from republika.co.id website: <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/17/10/19/oy2t7p384-jokowi-metode-dakwah-medsos-efektif-generasi-milenial>

- Papilaya, J. O. (2016). Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender (LGBT) dan Keadilan Sosial. *Pax Humana: Jurnal Humaniora Yayasan Bina Dharma*, 3(1), 25–34.
- Pappas, S., & Ghose, T. (2013). Gay Conversion Therapy: What You Should Know. Retrieved November 30, 2018, from livescience.com website: <https://www.livescience.com/38987-gay-conversion-therapy-facts.html>
- Pratama, R. A. M., Fahmi, R., & Fatmawati. (2018). Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender: Tinjauan Teori Psikoseksual, Psikologi Islam dan Biopsikologi. *Jurnal Psikologi Islami*, 4(1), 27–34. <https://doi.org/10.19109/psikis.v4i1.2157>
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Jurnal Among Makarti*, 9(18), 123–134.
- Ripper, M. (2007). Fishing For Taddies: Emotion Work In Lesbian Women Search For Sperm Donors In South Australia. *Gay & Lesbian Issues and Psychology Review*, 3(1), 16–24.
- Rubawati, E. (2018). Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2(1), 126–142. <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.586>
- Santoso, B. M. (2017). LGBT dalam Perspektif Hak Asasi Manusia. *Share: Social Work Journal*, 6(2), 154–272. <https://doi.org/10.24198/share.v6i2.13206>
- Santrock, J. W. (2011). *Developmental Psychology*. New York: Mc Graw Hill.
- Sirajuddin, M. (2014). Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan). *Al-Iryad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 1(1), 11–23.
- Sonenschein, D. (1968). The Ethnography of Male Homosexual Relationships. *The Journal of Sex Research*, 4(2), 69–83. <https://doi.org/10.1080/00224496809550559>
- Suherry, Mandala, E., Mustika, D., Bastiar, R., & Novalino, D. (2016). Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender (LGBT) dalam Perspektif Masyarakat dan Agama. *Aristo*, 4(2), 89–99. <https://doi.org/10.24269/ars.v4i2.191>
- Sujana, I. N., Setyawati, K. A., & Ujanti, N. M. P. (2018). The Existence of the Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender (LGBT) Community in the Perspective of a State Based on Pancasila. *Mimbar Hukum*

- *Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, 30(1), 126. <https://doi.org/10.22146/jmh.28655>
- Suriani, J. (2017). Kebutuhan Dakwah Generasi Milenial. Retrieved March 15, 2019, from uin-suska.ac.id website: <https://uin-suska.ac.id/2017/10/27/aktualisasi-dakwah-di-era-cyber/>
- Syaikh, M. bin A. R. bin I. alu. (2015). *Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: Pustaka Imam Asy Syafi'i.
- Winurini, S. (2016). Memaknai Perilaku LGBT di Indonesia (Tinjauan Psikologi Abnormal). *Info Singkat Kesejahteraan Sosial*, VIII(05), 9–12.
- Wright, T., Candy, B., & King, M. (2018). Conversion Therapies and Access to Transition-related Healthcare in Transgender People: a Narrative Systematic Review. *BMJ Open*, 8(e022425), 1–12. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2018-022425> BMJ
- Yansyah, R., & Rahayu. (2018). Globalisasi Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender (LGBT): Perspektif HAM dan Agama dalam Lingkup Hukum di Indonesia. *Law Reform*, 14(1), 132. <https://doi.org/10.14710/lr.v14i1.20242>
- Zucker, K. J. (2003). The Politics and Science of “Reparative Therapy.” *Archives of Sexual Behavior*, 32(5), 399–402.
- Zulhazmi, A. Z., & Hastuti, D. A. S. (2018). Da'wa, Muslim Millennials and Social Media. *Lentera*, 2(2), 212–138. <https://doi.org/10.21093/lentera.v2i2.1235>

KETENTUAN PENULISAN ARTIKEL

1. Artikel bersifat ilmiah berisi hasil riset empiris atau gagasan konseptual dan belum pernah dipublikasikan di sebuah jurnal. Artikel juga bukan merupakan satu bab utuh dari tesis atau disertasi.
2. Panjang artikel antara 15-30 halaman, tidak termasuk judul, abstrak (abstract), kata kunci (keywords), dan bibliografi.
3. Artikel terdiri dari beberapa bagian, yaitu: judul, nama penulis, abstrak (200-250 kata), kata kunci (maksimal 5 kata), dan bibliografi, dengan detail ketentuan sebagai berikut:
 - Penulisan judul tidak boleh lebih dari lima belas (15) kata.
 - Nama penulis ditulis lengkap tanpa gelar, dilengkapi dengan asal institusi, alamat korespondensi (e-mail address), serta nomor telephone/handphone.
 - Abstrak terdiri dari konteks diskursus area disiplin; tujuan penulisan artikel; metodologi (jika ada); temuan riset; kontribusi tulisan di dalam area disiplin. Abstrak ditulis dalam bahasa Inggris dan Indonesia.
 - Pendahuluan terdiri dari pemetaan penelitian terdahulu (literature review, sebaiknya temuan riset sepuluh tahun terakhir) dan novelty tulisan; batas permasalahan yang dibahas; dan argumentasi utama tulisan.
 - Pembahasan berisi proses reasoning argumentasi utama tulisan.
 - Kesimpulan berisi jawaban atas permasalahan tulisan, berdasarkan perspektif teoritis dan konseptual yang dibangun oleh penulis.
 - Referensi mencantumkan sumber pustaka yang menjadi rujukan.
 - Gaya kutipan menggunakan American Psychological Association (APA) 6th Edition, memakai model pengutipan body note (penulis tahun), dengan ketentuan detail sebagai berikut:

1. Book

Dalam referensi ditulis :

Azwar, S. (2016). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Di dalam kutipan ditulis : (Azwar, 2016)

2. Edited book(s)

Dalam referensi ditulis :

Cone, J. D. (1999). Observational assessment: Measure development and research issues. dalam P. C. Kendall, J. N. Butcher, & G. N. Holmbeck (Eds.), *Handbook of research methods in clinical psychology* (pp. 183-223). New York: Wiley.

Di dalam kutipan ditulis : (Cone, 1999)

3. E-book(s)

Dalam referensi ditulis :

Sukanta, P. O., ed. (2014). *Breaking the Silence: Survivors Speak about 1965-66 Violence in Indonesia (translated by Jemma Purdey)*. Clayton: Monash University Publishing. Diakses dari <http://books.publishing.monash.edu/apps/bookworm/view/Breaking+the+Silence%3A+Survivors+Speak+about+1965%E2%80%9366+Violence+in+Indonesia/183/OEBPS/cop.htm>, tanggal 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Sukanta, 2014)

4. Article of the Journal

a. Journal With Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Tekke, M., & Ghani, F. (2013). Examining Career Maturity Among Foreign Asian Students : Academic Level. *Journal of Education and Learning*. Vol. 7 (1), 29-34. DOI: <http://dx.doi.org/10.11591/edulearn.v7i1.173>

Di dalam kutipan ditulis : (Tekke & Ghani, 2013)

b. Journal Without Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Arbiyah, N., Nurwianti, F., & Oriza, D. (2008). Hubungan bersyukur dengan subjective well being pada penduduk miskin. *Jurnal Psikologi Sosial*, 14(1), 11-24.

Di dalam kutipan ditulis : (Arbiyanti, Nurwianti, & Oriza, 2008)

c. E-Journal

Dalam referensi ditulis :

Crouch, M. (2016). "Constitutionalism, Islam and the Practice of Religious Deference: the Case of the Indonesian Constitutional Court." *Australian Journal of Asian Law* 16, 2: 1-15. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2744394, diakses 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Crouch, 2016)

5. Article Website

a. Dengan Penulis

Dalam referensi ditulis :

Hendrian, D. (2016, Mei 2). *Memprihatinkan Anak Pengguna Narkoba Capai 14.000*. Retrieved September 27, 2017, from <http://www.kpai.go.id/berita/memprihatinkan-anak-pengguna-narkoba-capai-14-ribu/>

Di dalam kutipan ditulis : (Hendrian, 2016)

b. Tanpa Penulis

Six sites meet for comprehensive anti-gang initiative conference. (2006, November/December). OJJDP News @ a Glance. Retrieved from: http://www.ncjrs.gov/html/ojjdp/news_acglance/216684/topstory.html tanggal 10 Agustus 2012.

Di dalam kutipan ditulis : (http://www.ncjrs.gov/htmllojjdp/news_acglance/216684/topstory.html, 2006)

6. Skripsi, Tesis, atau Disertasi Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Saifuddin, A. (2016). *Peningkatan Kematangan Karier Peserta Didik SMA Melalui Pelatihan Reach Your Dreams dan Konseling Karier* (Tidak Diterbitkan). Surakarta : Magister Psikologi Profesi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Saifuddin, 2016)

7. Manuskrip Institusi Pendidikan Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Nuryati, A., & Indati, A. (1993). *Faktor-faktor yang memengaruhi prestasi belajar*. Unpublished Manuscript, Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Nuryati & Indati, 1993)

4. Penulisan gaya pengutipan dihimbau menggunakan perangkat citation manager, seperti Mendeley, Zotero, EndNote, RefWorks, BibText dan lain sebagainya dengan memakai American Psychological Association (APA) 6th Edition.
5. Transliterasi bahasa Arab menggunakan standar International Journal of Middle Eastern Studies, detail transliterasi dapat diunduh di <http://ijmes.chass.ncsu.edu/docs/TransChart.pdf>
6. Artikel bebas dari unsur plagiat, dengan melampirkan bukti (screenshot) bahwa artikel telah dicek memakai piranti lunak antiplagiat, misalnya, tetapi tidak terbatas pada, plagiarism checker (plagiarisme.com).

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

ISSN : 2527- 5704 (P)

ISSN : 2527- 5682 (E)

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja
Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok
Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti

Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik
Kontinum Konseling Berbasis Alquran
Khilman Rofi Azmi

Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising
Ade Nur Rohim



Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)
Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Editor

Waryono Abdul Ghafur, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Soiman, Asosiasi Profesi Dakwah Indonesia (APDI)
Diajeng Laily Hidayati, Institut Agama Islam Negeri Samarinda
Akhmad Anwar Dani, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Ahmad Saifuddin, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Abraham Zakky Zulhazmi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id
Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Daftar Isi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok <i>Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti</i>	1 - 24
Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran <i>Khilman Rofi Azmi</i>	25 - 58
Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui <i>Digital Fundraising</i> <i>Ade Nur Rohim</i>	59 - 90
Mubalig <i>Youtube</i> dan Komodifikasi Konten Dakwah <i>Ferdi Arifin</i>	91 - 120
Literasi Digital sebagai Upaya Menangkal Hoaks di Era Disrupsi <i>Naimatus Tsaniyah, Kannisa Ayu Juliana</i>	121 - 140
Tren Pengembangan Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Transformasi IAIN Menjadi UIN Surakarta <i>Kamila Adnani</i>	141 - 168



OPTIMALISASI PENGHIMPUNAN ZAKAT MELALUI *DIGITAL FUNDRAISING*

Ade Nur Rohim

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Abstract

Keywords:

*digital fundraising;
socialization; zakah
collection.*

The developments in zakah management is considered increasingly important along towards the digital era. Based on studies in the performance of several LAZs carried out, the realization of zakah collection is currently far from the potential of zakah which should be, so LAZ needs to take progressive steps in the implementation of the digitization system. This article aims to reveal the challenges faced by LAZ in the dissemination and collection of zakah in digital era, complete with the obstacles faced. In addition, it was stated about the form of strategy for utilizing digital fundraising channels, such as: websites, email marketing, search engine marketing, social media marketing, and social networks, in order to conduct more optimal zakah collection. This research is a qualitative research, using a literature study approach. Data collected related to the research were taken from several literary sources including scientific journals, several books, and related articles published in online media. As a result, by transforming into the use of canals on digital fundraising, zakah management and collection programs can be carried out better while also educate the public about the obligation for zakah.

Abstrak

Kata kunci:
digital fundraising;
penghimpunan
zakat; sosialisasi.

Pengembangan dalam pengelolaan zakat dirasa semakin penting seiring dengan masuknya era digital. Berdasarkan penelitian pada kinerja beberapa LAZ yang dilakukan, realisasi penghimpunan zakat saat ini masih jauh dari potensi zakat yang seharusnya sehingga LAZ perlu mengambil langkah progresif dengan pemberlakuan sistem digitalisasi. Artikel ini bertujuan untuk mengungkap tantangan yang dihadapi LAZ dalam sosialisasi dan penghimpunan zakat di era digital, lengkap dengan hambatan yang dihadapi. Selain itu, dikemukakan mengenai bentuk strategi pemanfaatan kanal *digital fundraising*, seperti: *website, email marketing, search engine marketing, social media marketing*, dan *social network*, guna melakukan penghimpunan zakat yang lebih optimal. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan studi pustaka. Data yang dihimpun terkait penelitian diambil dari beberapa sumber literatur antara lain jurnal ilmiah, beberapa buku, serta artikel terkait yang dimuat di media online. Hasilnya, dengan bertransformasi menuju pemanfaatan kanal pada *digital fundraising* ini, program pengelolaan dan penghimpunan zakat dapat terlaksana secara lebih baik sekaligus mampu mengedukasi masyarakat mengenai kewajiban berzakat.

How to cite (APA 6th Style):

Rohim, A. N. (2019). Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 59–90. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1556>

PENDAHULUAN

Di era digital ini, masyarakat cenderung mengubah gaya dan perilakunya kepada perilaku dan gaya hidup digital pada setiap aktivitas dan transaksi yang dilakukan. Fenomena tersebut tanpa terkecuali juga merambah masyarakat dalam hal pengelolaan zakat. Menurut Deputi Baznas, Arifin Purwakananta, perilaku muzaki Indonesia saat ini diperkirakan akan mengalami pergeseran. Yaitu perilaku muzaki yang bergeser dari transaksi fisik mengarah kepada transaksi digital, yaitu dalam

hal menunaikan zakatnya (Sakinah & Ucu, 2018). Hampir semua Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) saat ini, termasuk Baznas, tergerak untuk terus melakukan inovasi-inovasi digital dalam sosialisasi dan *fundraising*, guna mengoptimalkan penghimpunan zakat.

Zakat merupakan salah satu ibadah yang memiliki kekhasan dalam coraknya, yaitu sebagai ibadah dengan dua dimensi. Selain memiliki dimensi sosial kemasyarakatan, zakat memiliki dimensi ekonomi yang tentunya sangat penting dalam mewujudkan kesejahteraan umat. Hal ini menjadikan zakat sebagai topik yang terus dikaji oleh para ahli, dalam rangka mewujudkan suatu keadilan sosial dalam kehidupan masyarakat (Rais, 2009). Para *fuqaha*, pakar dan ahli, sejak awal Islam hingga masa kontemporer, tak henti-henti melakukan riset yang mendalam untuk mengkaji berbagai aspek sosio-ekonomi zakat (Azmi, 2005). Dengan implementasi zakat yang terarah, disparitas, dan kesenjangan yang semakin terasa di masyarakat, akan dapat perlahan dihilangkan. Karena zakat secara konsep merupakan instrumen utama untuk menghapus kesenjangan ekonomi dan menjadi stimulus untuk aktivitas ekonomi dengan mendistribusikan dan pemeratakan daya beli di masyarakat (Khan, 1994).

Hingga saat ini, penghimpunan zakat di Indonesia dirasa belum optimal. Realisasi zakat dari potensi zakat sebesar 217 triliun pada 2011 atau sekitar 3,4% dari GDP 2010 masih jauh dari harapan. Bahkan Baznas mengestimasi potensi zakat di Indonesia pada 2015 mencapai 286 triliun atau sekitar 2,4% dari GDP 2015 (Andiani, Hafidhuddin, Beik, & Ali, 2018). Namun kenyataannya, berdasarkan data yang dirilis Baznas setiap tahunnya, realisasi penghimpunan zakat masih jauh dari potensi tersebut. Sebagaimana dicatat pada 2015, total dana ZIS yang terhimpun hanya mencapai 94,47 miliar. Analisis dan kajian terkait faktor penyebab belum optimalnya penghimpunan zakat terus dilakukan oleh para ahli dan peneliti.

Secara eksplisit, Alquran telah dengan gamblang menyebutkan perintah untuk membayar zakat. Terdapat 82 ayat yang menyejajarkan

kewajiban zakat dengan kewajiban salat di dalam Alquran. Kalau salat dikelompokkan sebagai *ibadah badaniyyah* (ibadah bersifat fisik), maka zakat dikategorikan sebagai *ibadah maliyyah* (ibadah bersifat finansial). Sebagai *ibadah maliyyah*, zakat bersentuhan langsung dengan kepentingan kehidupan bermasyarakat. Oleh sebab itu, jika dengan salat dibangun kesalehan individual, maka dengan zakat dibangun kesalehan sosial (Nuruddin, 2010) sehingga, ketika dua ibadah tersebut ada pada diri seorang muslim, keseimbangan antara dua kesalehan tersebut akan terjaga.

Namun demikian, nyatanya perintah berzakat tersebut belum berjalan linier dengan realita zakat yang terhimpun. Penghimpunan zakat hingga saat ini, masih “mengandalkan” kesadaran mereka untuk berzakat. Pola perintah untuk memungut zakat kepada penguasa, sebagaimana yang tersurat dalam Alquran belum dapat direalisasikan secara utuh. Hal tersebut lantaran legitimasi pemungutan zakat bagi para amil belum diakomodir oleh perundang-undangan yang ada. Tak ayal jika masyarakat dewasa ini, lebih memilih untuk membelanjakan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan hariannya terlebih dahulu. Mulai dari kebutuhan yang memang primer dan utama, hingga kebutuhan tersier yang mencerminkan eksistensi, prestise, dan gaya hidup di kalangan masyarakat. Seperti kebutuhan akan gadget, pemanfaatan teknologi, dan internet, yang seakan menjadi kebutuhan primer “tambahan” di era digital, seperti saat ini.

Tidak dapat dimungkiri, bahwa perkembangan teknologi internet saat ini, terus meningkat. Masyarakat kini seolah menjadi bergantung kepadanya dalam menjalankan aktivitas hariannya. Sangat disadari, bahwa teknologi internet tersebut turut memberikan andil besar dalam memberi kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat. Baik di skala kecil seperti interaksi antar individu, transaksi jual beli, hingga skala besar di tingkat perusahaan dan industri. Dampak positif dari pemanfaatan teknologi internet tersebut semakin besar dirasakan.

Revolusi industri 4.0 yang digaungkan, dengan didukung oleh gerakan nasional *Making Indonesia 4.0*, semakin menunjukkan eksistensi dan urgensi

digitalisasi pada semua aspek. Tidak terkecuali dalam hal penghimpunan dana oleh lembaga filantropi, termasuk zakat. Zaimah menyebutkan, sebagaimana dikutip dari Purwakananta (2010), bahwa mekanisme dan proses penghimpunan zakat, akan bergeser mengikuti arah perkembangan zaman saat ini, yaitu melalui pemanfaatan media *online*. Pergeseran ini sudah mulai dilakukan oleh beberapa OPZ dengan menggandeng situs *e-commerce* dalam upaya mensosialisasikan dan menghimpun zakat (Zaimah, 2017).

Mengenai sejumlah lembaga zakat yang didirikan oleh masyarakat sampai dengan tahun 2007 misalnya, tercatat sebanyak 500 lembaga, baik yang sifatnya insidental—menjelang bulan Ramadan serta khusus mengelola bantuan dalam penanggulangan bencana—maupun lembaga permanen yang mengelola zakat serta wakaf. Namun demikian, melalui data tahun 2012, jumlah OPZ yang aktif dan terdaftar di forum zakat adalah sejumlah 33 lembaga, jumlah ini belum termasuk unit-unit pengumpul zakat di beberapa perusahaan dan Badan Amil Zakat Daerah di seluruh provinsi di Indonesia (Forum Zakat, 2010).

Lebih lanjut, hasil survei *Indonesian Zakat and Development Report* tahun 2012, diperoleh data melalui 180 OPZ di Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Riau, Sumatera Selatan, Banten, Kalimantan Selatan, dan Sulawesi Selatan, terdapat sekitar 22 OPZ yang belum memiliki kejelasan visi dan misi. Kondisi ini merujuk pada kemampuan para OPZ yang cenderung memahami zakat hanya sebatas bentuk penyaluran saja. Mengingat prinsip pengelolaan zakat adalah “amanah” sehingga para amil zakat kurang memperhatikan bagaimana tujuan pengelolaan harus dicanangkan secara lebih jelas. Di sisi lain, adanya pengelolaan zakat pada dasarnya perlu dilengkapi dengan perencanaan dan strategi yang lebih rigid, segmentasi yang jelas, serta kontrol melalui evaluasi agar perbaikan dapat terus dilakukan (Sasongko & Ariefyanto, 2012).

Salah satu tulisan dari Kholis, Sobaya, Andriansyah, & Iqbal (2013) menjelaskan tentang potret filantropi Islam di wilayah Daerah Istimewa

Yogyakarta. Dalam tulisannya, konsep filantropi Islam di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta merujuk pada beberapa proses kegiatan, yakni: manajemen internal, strategi *fundraising*, serta pengelolaan dan pendistribusian dana melalui Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Selanjutnya, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga filantropi yang beroperasi di Yogyakarta mencapai 16 OPZ. Dinyatakan bahwa sejumlah OPZ tersebut telah berhasil melaksanakan standar pengelolaan dan proses kegiatan dalam konsep filantropi Islam.

Penelitian lain dari Ariesta & Palupi (2016) menyebutkan bahwa upaya filantropi saat ini juga menyasar bentuk *crowdfunding* yang identik dilakukan melalui media sosial. Dalam tulisannya, kegiatan *crowdfunding* dilakukan melalui situs *wujudkan.com* dalam proyek “*upcycling project* untuk anak putus sekolah”. Melalui penelitian ini, diperoleh hasil bahwa upaya penggalangan dana secara sosial—selain zakat—nyata merambah *platform online* (digital), salah satunya pada situs *wujudkan.com*. Hal ini turut mengamini konsep penghimpunan dana secara sosial berbasis digital, khususnya dengan memanfaatkan *platform online* sebagai salah satu strategi komunikasi yang digunakan untuk menarik perhatian sasaran sesuai dengan segmentasi program.

Langkah konvensional yang telah dilakukan selama ini oleh OPZ dalam mensosialisasikan dan menghimpun zakat dari para muzaki dapat terus dilanjutkan. Seperti metode *fundraising door to door*, antarijemput, *hard cash representative* (membayar tunai), dan juga transfer tunai melalui bank (Zaimah, 2017). Selain itu, sebagai bagian dari rukun Islam, pelaksanaan zakat perlu terus digaungkan melalui kajian-kajian dan ceramah-ceramah dakwah. Dalam ilmu dakwah, seorang dai akan mengajak masyarakat dan jamaahnya menuju kepada jalan yang diridai Allah subhanahu wa taala, seperti jalan untuk berzakat. Dakwah yang dilakukan hendaknya dibangun dan dikembangkan dengan metode ilmiah sehingga, dapat berfungsi dalam rangka memahami, memprediksi, menjelaskan, dan mengontrol berbagai fenomena dan persoalan yang ada di masyarakat (Syarifah, 2016).

Terkait dengan upaya mendakwahkan syariat zakat tersebut, harus dipahami kepada masyarakat terkait prinsip zakat sebagai ibadah yang diwajibkan Allah subhanahu wa taala kepada pemilik harta atas sebagian harta yang dimiliki dengan ketentuan yang digariskan syariah, untuk kemudian disalurkan kepada yang berhak menerimanya (Hafidhudin, 2007). Ini mengindikasikan perlu membangun kembali kesadaran masyarakat muslim akan kewajiban membayar zakat melalui program sosialisasi yang intens.

Beberapa langkah konvensional yang telah dilakukan OPZ, cukup variatif dan kreatif. Selain dari beberapa program yang disebutkan di atas, di antara OPZ mengadakan program inovatif lainnya, seperti *kencleng umat*, kerja sama dengan radio dalam sosialisasi, dan *religious fund*. Selain itu beberapa OPZ turut menghimpun zakat dari perusahaan secara *door to door* dan juga dari donor atau muzaki individual (Bariyah, 2016). Namun, bisa dipastikan, jika perkembangan teknologi di era digital ini, tidak pula diikuti dan dimanfaatkan OPZ, akan sulit mengharapkan penghimpunan zakat yang optimal. Dalam hal ini, justru penghimpunan zakat akan tertinggal jauh ke belakang. OPZ dituntut untuk terus berinovasi dan membuat terobosan-terobosan baru terkait langkah mengkampanyekan dan mensosialisasikan zakat kepada masyarakat.

Penelitian lain terkait zakat dan *fundraising* misalkan penelitian Ahmad & Mahmood (2009) terkait konsep zakat *fundraising* sebagai salah satu teknik untuk pengentasan kemiskinan; penelitian Widarwati, Afif, & Zazim (2016) yang membahas optimalisasi *customer relationship management* dalam sebuah lembaga zakat; penelitian Siregar (2016) yang membahas kurang optimalnya pelaksanaan zakat dengan *fundraising* di sebuah badan amil dan zakat daerah (Bazda); penelitian Niamulloh (2013) yang membahas keuntungan dari metode *fundraising* dalam pengelolaan zakat; penelitian Hayati & Caniago (2011) yang membahas tentang zakat sebagai metode pengentasan kemiskinan; penelitian Kasri & Putri (2018) yang

menawarkan metode *fundraising* sebagai teknik mengoptimalkan potensi zakat di Indonesia; penelitian Nuradi, Ibdalsyah, & Qulazhar (2018) dan penelitian Ridwan (2016) tentang pengelolaan dan pendistribusian zakat dengan *fundraising*; penelitian Hasanah (2015) yang mengkomparasikan pengelolaan zakat sistem *fundraising* pada lembaga pemerintah dan swasta; penelitian Abidah (2016) tentang analisis strategi *fundraising* terhadap peningkatan pengelolaan zakat, infak, dan sedekah pada Lembaga Amil Zakat; penelitian Purnamasari & Firdaus (2017) tentang analisis strategi penghimpunan zakat dengan pendekatan *Business Model Canvas*.

Terkait permasalahan zakat dan *fundraising*, penulis mencoba mengungkap tantangan teknologi dan media digital, dalam mendakwahkan zakat kepada masyarakat. Selain itu, artikel ini juga akan mengeksplorasi berbagai kemungkinan strategi penghimpunan zakat yang dapat diaplikasikan dengan sarana media digital yang diharapkan menjadi solusi atas hambatan dan kendala selama ini, dan diharapkan berdampak positif pada optimalisasi penghimpunan zakat secara masif. Dengan demikian, artikel penelitian memiliki pembeda dengan penelitian-penelitian terdahulu yang sudah disebutkan. Letak perbedaan tersebut adalah fokus penelitian ini terhadap penggunaan sarana media digital untuk mengatasi permasalahan zakat serta meningkatkan pengelolaan zakat dengan *fundraising*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan studi pustaka. Data yang dihimpun terkait penelitian diambil dari beberapa sumber literatur antara lain jurnal ilmiah, beberapa buku, serta artikel terkait yang dimuat di media online. Selain itu, data dihimpun dari pernyataan para praktisi di bidang pengelolaan zakat yang dimuat di berbagai media. Analisis data dilakukan dengan analisis konten deskriptif terkait sistem penghimpunan zakat yang dideskripsikan secara menyeluruh. Penelitian difokuskan pada beberapa skema penghimpunan zakat yang

diterapkan OPZ, baik melalui kanal media konvensional, maupun kanal media digital.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hambatan dan Tantangan dalam Penghimpunan Zakat

OPZ sebagai institusi perantara, yang menghubungkan antara muzaki dengan mustahik, memerlukan suatu kepercayaan dari para muzaki untuk penghimpunan zakat. Tidak dimungkiri, bahwa muzaki akan “nyaman” memberikan dan menyalurkan zakatnya kepada OPZ yang dinilai amanah, transparan, dan profesional. Hingga saat ini, kapasitas lembaga zakat dan kepercayaan masyarakat, masih menjadi permasalahan umum yang dihadapi oleh kebanyakan OPZ (Lestari, Pratiwi, & Ulfah, 2015).

Sikap kurang percaya yang ada di masyarakat terhadap lembaga zakat sangat mungkin untuk dihilangkan dengan cara membangun suatu system tata kelola organisasi yang baik. Khususnya tata kelola terkait administrasi, pengawasan, dan pelaporan keuangan. Di samping itu, penataan petugas dan pegawai amil juga perlu menjadi perhatian, dengan cara melakukan rekrutmen petugas amil yang memenuhi kriteria tertentu, yang mendukung profesionalitas institusi lembaga zakat tersebut. Di antaranya dengan pemilihan petugas yang memiliki sikap adil, jujur, dapat dipercaya, mempunyai kemampuan penghitungan zakat yang benar, tidak zalim, dan tidak menerima hadiah terkait tugasnya (Kusmanto, 2014).

Lestari et al. (2015) mengutip pernyataan Purwakananta (2008) yang menyebut bahwa lembaga zakat saat ini menghadapi lima tantangan yang dihadapi: penguatan instansi, tatanan zakat nasional, insentif negara terhadap gerakan kemasyarakatan, jaringan, dan konsistensi. Lebih lanjut, Lestari menjelaskan sebagaimana yang dikutip dari Zarkasi (2008), bahwa ciri dari tata kelola organisasi yang baik adalah adanya transparansi atau keterbukaan dalam pengelolaannya, serta akuntabilitas. Dua hal ini menjadi ciri pembeda bagi suatu lembaga zakat yang menjaga nilai dan sistem tata kelola yang baik.

Dua ciri yang dijabarkan tersebut merupakan kunci utama bagi lembaga zakat untuk mendapatkan predikat amanah. Label amanah akan disematkan kepada lembaga zakat yang mampu mengelola sumber daya publik, melalui berbagai program dan kegiatan. Untuk selanjutnya segala aktivitas tersebut diungkap dan dilaporkan kepada publik, sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada masyarakat umum.

Proses pengungkapan segala aktivitas pengelolaan zakat kepada masyarakat, akan mengalami kendala dan kesulitan jika tidak dibantu dengan teknologi media. Hal itu, selain akan memakan waktu dan tenaga, namun juga akan menghalangi kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan kemudahan dalam mengakses segala informasi. Disamping itu, masyarakat saat ini sudah masuk ke dalam gaya hidup digital yang segala hal kebutuhan hariannya, bergantung kepada teknologi media. Mulai dari hal sederhana seperti membeli makanan, memesan tiket angkutan umum, atau melakukan transaksi bisnis lainnya (Rachman & Salam, 2018). Perkembangan teknologi di bidang keuangan inilah yang kemudian dikenal dengan istilah *financial technology* atau *fintech*.

Perkembangan *fintech* belakangan ini, dijelaskan Rachman dan Salam (2018) mengharuskan setiap sektor pada bisnis dan maupun sektor lainnya, untuk mengaplikasikan sistem tersebut. Termasuk di dalamnya adalah sektor penghimpunan zakat yang akan sangat terbantu dengan mengaplikasikan sistem tersebut. Oleh karenanya, untuk menjawab tantangan masyarakat di era digital seperti saat ini, dengan *digital lifestyle* yang mereka anut, lembaga zakat perlu bertransformasi memanfaatkan teknologi yang mutakhir, dalam rangka menghimpun zakat dari muzaki, dan tentunya akan memberikan kemudahan bagi para muzaki dalam menunaikan zakatnya kepada lembaga zakat.

Islam sebagai agama yang universal, sangatlah terbuka dengan dinamika perkembangan peradaban manusia. Tak terkecuali, dalam hal perkembangan teknologi di bidang ekonomi dan keuangan. Maka zakat,

sebagai suatu *ibadah maaliyah*, tetap harus berada dalam koridor kepatuhan syariah meskipun dengan mengaplikasikan teknologi dalam penerapannya.

Terkait hal ini, Rachman & Salam (2018) menjelaskan untuk mengaplikasikan suatu manajemen yang sesuai dengan landasan syariah, suatu OPZ harus memenuhi ketentuan dan standarisasi pada dua aspek: pertama, pada struktur teknis yang mencakup penentuan akad, biaya administrasi, dan penghitungan zakat. Kedua, pada sisi laporan keuangan yang harus sesuai dengan kaidah dan standar baku pelaporan keuangan syariah. Selanjutnya, untuk memperkuat institusi, perlu dilakukan pengawasan syariah secara berkelanjutan, terhadap perkembangan sistem dan manajemen zakat yang mengikuti perkembangan *fintech*.

Transformasi Skema Fundraising Zakat

Penghimpunan zakat merupakan aktivitas kunci dalam lembaga amil zakat. OPZ memposisikan diri sebagai mediator antara muzaki yang membayar zakat dengan mustahik yang menerima zakat. Dengan demikian OPZ akan menjadi perantara bagi para muzaki untuk menunaikan kewajiban membayar zakat, untuk kemudian disalurkan kepada para mustahik, sesuai ketentuan yang telah digariskan oleh syariah.

Setiap orang yang termasuk ke dalam kategori muzaki diharuskan membayar zakat sebagai kewajiban, jika sudah memiliki harta yang mencapai batasan nisab, untuk disalurkan kepada para fakir dan miskin atau golongan mustahik lainnya (Al-Juzairy, 2014). Sebagaimana zakat juga diyakini sebagai suatu ibadah wajib yang akan menyucikan diri seorang hamba (Syekh, 2009). Maka, OPZ hadir sebagai amil zakat yang memfasilitasi para muzaki untuk menghimpun zakat dari mereka.

Guna merealisasikan penghimpunan zakat tersebut, OPZ sebagai mediator perlu mensosialisasikan zakat kepada masyarakat. Diharapkan dengan begitu, kesadaran masyarakat untuk berzakat akan tumbuh. Kesadaran bahwa zakat merupakan rukun Islam ketiga yang Allah

subhanahu wa taala wajibkan bagi para hamba-Nya yang memenuhi kriteria.

Kriteria tersebut yang membedakan antara kaya dan miskin. Sehingga, bagi mereka yang memenuhi kriteria seperti memiliki kematangan hidup, memiliki kekayaan standar 50 dirham atau senilainya, ada persediaan makan siang dan malamnya, setelah dikurangi segala biaya pokok (Al-Harawi, 2009).

Jika dilihat dari beberapa ayat Alquran yang diturunkan di Mekah yang berbicara tentang zakat, didapati pernyataan-pernyataan tentang zakat yang disebutkan dalam ayat tersebut, tidak dalam bentuk *amr* (perintah) yang dengan tegas mewajibkan, akan tetapi berbentuk kalimat-kalimat berita atau pernyataan biasa (Qardhawi, 2011). Kondisi tersebut menggambarkan kondisi masyarakat muslim ketika itu yang sangat memahami bahwa zakat merupakan salah satu rukun Islam yang utama dan setiap yang melaksanakan zakat akan dipuji dan diganjar pahala. Sebaliknya, akan ada hinaan dan siksa bagi mereka yang enggan mengerjakannya. Zakat menjadi pembeda antara Islam dan kekafiran, antara iman dan kemunafikan, juga antara takwa dan durhaka (Qardhawi, 2010).

Pemahaman yang mendalam seperti itu tentu akan berdampak signifikan terhadap kesadaran masyarakat untuk berzakat. Bahkan zakat yang telah berlangsung sejak dulu, seolah menjadi kebiasaan masyarakat, tanpa harus ditegur atau dipaksa. Berbeda dengan kondisi saat ini ketika tingkat kesadaran masyarakat akan kewajiban berzakat yang beragam dan cenderung mengalami dekadensi, proses sosialisasi menjadi penting untuk dilakukan.

Dahulu proses sosialisasi dan penghimpunan zakat yang dilakukan oleh OPZ masih berjalan secara konvensional. Sosialisasi dan penghimpunan zakat secara konvensional ini maksudnya adalah layanan yang diberikan oleh OPZ bagi para muzaki dilakukan melalui program yang bersifat langsung (*door to door*) atau dengan sosialisasi pada media cetak dan

elektronik. Selanjutnya, zakat tersebut disalurkan kepada para mustahik. Umumnya, sebelum mendistribusikan zakat, OPZ akan melakukan perencanaan program pemberdayaan yang tepat melalui tahapan kajian. Sehingga dengan begitu, akan dihimpun data lengkap untuk mengetahui setiap sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat (Aflah, 2009).

Kondisi demikian, juga dilakukan Baznas sebelum memasuki era digital seperti saat ini. Saat teknologi belum mendominasi kehidupan seperti sekarang ini, sebagian muzaki yang akan membayarkan zakatnya masih harus datang ke konter muzaki yang ada di kantor Baznas. Selain itu, sosialisasi yang dilakukan pun masih menggunakan media cetak seperti pamflet, brosur, dan spanduk. Sebagai tambahan, Baznas juga memberikan layanan jemput zakat bagi para muzaki yang ingin menyerahkan zakatnya secara langsung kepada amil, namun terkendala untuk datang langsung ke konter muzaki (Baznas, 2018).

Secara umum, muzaki yang membayar zakatnya secara langsung berharap dapat memberikan zakatnya kepada petugas amil. Dengan begitu, petugas amil akan mendoakan muzaki, sebagaimana yang diajarkan oleh Rasulullah sallallahu alaihi wasallam. Selain melalui konter muzaki di kantor Baznas, muzaki pun dapat membayarkan zakatnya melalui gerai-gerai zakat yang dibuka Baznas di beberapa tempat publik, seperti pusat perbelanjaan, perkantoran, dan instansi pemerintah (Purnamasari & Firdaus, 2016). Hal tersebut dilakukan OPZ seperti Baznas, karena berharap agar kegiatan tersebut dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap *fundraising* zakat.

Fundraising merupakan kegiatan yang dilakukan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat. Zaimah menjelaskan sebagaimana dikutip dari Purwanto (2009) bahwa *fundraising* merupakan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik sumber daya berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan,

ataupun pemerintah) yang mana dana terhimpun tersebut akan digunakan oleh lembaga atau instansi penghimpun untuk menjalankan program dan kegiatan yang direncanakan, dalam rangka merealisasikan tujuan organisasinya (Zaimah, 2017).

Rohim (2015) menjelaskan *fundraising* sebagai proses memengaruhi masyarakat atau calon donatur agar mau melakukan amal kebajikan dalam bentuk penyerahan dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk disampaikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Proses memengaruhi di sini yaitu meliputi kegiatan memberitahukan, mengingatkan, mendorong, membujuk, merayu. Berdasarkan kerangka *fundraising*, lembaga harus terus melakukan edukasi, sosialisasi, promosi, dan transfer informasi sehingga menciptakan kesadaran dan kebutuhan kepada calon donatur atau calon muzaki.

Secara garis besar, kegiatan *fundraising* mencakup dua hal; kegiatan penghimpunan dan kegiatan pemasaran. Kegiatan *fundraising* tidak hanya sebatas pengumpulan dana kepada institusi atau lembaga (Warwick, 1999). Akan tetapi hal lain yang menjadi tujuan dan dasar praktik *fundraising* adalah meningkatkan kuantitas donatur dan jumlah donasi yang disalurkan, dan juga mengenalkan institusi kepada masyarakat (Kasri & Putri, 2018).

Lebih lanjut Kasri & Putri (2018) menjelaskan, bahwa kegiatan promosi dengan media iklan merupakan kegiatan mentransfer informasi kepada masyarakat terkait produk yang dihasilkan atau pun jasa tertentu. Demikian halnya *fundraising* yang memiliki fungsi yang sama seperti iklan. Perbedaan hanya terletak pada objek yang dijual saja. Jika iklan membujuk masyarakat untuk membeli produk yang dihasilkan dengan menginformasikan terkait kelebihan atas produk tersebut, lain halnya dengan *fundraising* yang mendorong masyarakat untuk berderma dan berdonasi tanpa suatu produk yang ia dapatkan layaknya dalam pembelian produk.

Dahulu, berbagai perusahaan atau lembaga (termasuk di dalamnya

OPZ), dalam melakukan kegiatan *fundraising*, mengandalkan media-media konvensional. Media tersebut dimanfaatkan dalam rangka sosialisasi sehingga dapat membujuk dan merayu masyarakat untuk mengikuti “ajakan” perusahaan atau lembaga pada sosialisasi tersebut. Dalam hal ini, OPZ membujuk dan membangun kesadaran untuk menunaikan kewajibannya membayar zakat melalui lembaganya.

Sebagai contoh, Bazda Kabupaten Banyumas, sebagaimana yang dipaparkan Lestari et al. (2015) berdasarkan riset yang dilakukan oleh Dwita, et al (2009), telah melakukan sosialisasi zakat dengan menggalakkan pembentukan unit-unit pengelola zakat (UPZ) pada berbagai instansi pemerintah. Selain itu, juga dilakukan sosialisasi melalui media seperti radio, *leaflet*, stiker di angkutan kota, hingga melalui ceramah-ceramah langsung di instansi (Lestari et al., 2015).

Tidak dimungkiri bahwa sosialisasi yang dilakukan seperti Bazda Banyumas tersebut, menurut Lestari et al. (2015), menyebabkan akses masyarakat atas informasi pengelolaan zakat yang dilakukan Bazda Banyumas, masih sangat terbatas. Hal tersebut disebabkan karena ruang yang ada pada media-media tersebut juga dirasa sangat terbatas. Sehingga informasi yang disampaikan melalui media tersebut, tidak dapat menjangkau keseluruhan poin dan unsur dalam hal pengelolaan zakat di Bazda Banyumas.

Memasuki era digital seperti saat ini, teknologi kian berkembang. Perkembangan yang pesat ini, mengakibatkan perubahan yang signifikan di segala lini dan aspek. Dapat dikatakan, jika OPZ bertahan dengan mekanisme *fundraising* konvensional di era digital ini, kemungkinan hal tersebut tidak akan memberikan kontribusi yang lebih baik, bahkan cenderung kurang efektif. Sebaliknya, ketika OPZ bertransformasi, khususnya pada sisi *fundraising*, yaitu dengan memanfaatkan teknologi dan media digital, maka hal tersebut justru akan berdampak positif pada program sosialisasi yang dilakukan.

Dengan memaksimalkan teknologi dan media digital, program sosialisasi yang dilakukan OPZ akan dapat mencakup banyak hal. Dengan begitu, akses masyarakat untuk mendapatkan informasi terkait zakat di OPZ akan lebih luas. Masyarakat pun dengan begitu, akan mendapat kemudahan dalam mendapatkan akses informasi.

Perkembangan teknologi yang terjadi belakangan, merupakan efek dari inovasi disruptif. Rachman mendefinisikan inovasi disruptif sebagai suatu inovasi yang berhasil mengubah dan mentransformasikan sistem yang sudah ada atau pasar yang sudah terbangun, dengan suatu tatanan sistem yang mengedepankan aspek kemudahan akses, kenyamanan, dan tentunya biaya yang lebih murah (Rachman & Salam, 2018). Bagi muzaki, kemudahan ini akan mereka rasakan dalam sisi menunaikan zakat mereka melalui OPZ.

Perlu dipahami bersama, bahwa perkembangan media yang semakin pesat seperti saat ini, pada hakikatnya menunjukkan perkembangan zaman yang semakin maju dan berkembang. Secara kasat mata, seolah perkembangan tersebut hanya dirasakan pada sisi teknologi. Namun lebih dari itu, perkembangan yang ditunjukkan dengan kemajuan teknologi, merupakan cerminan dari perkembangan budaya masyarakat (Ananda, 2017). Atas dasar inilah, maka OPZ pun harus mengikuti perkembangan ini, agar bisa terus maju dan berkembang, dalam rangka dakwah di media digital.

Berangkat dari fenomena ini, maka OPZ dalam melakukan *fundraising* zakat harus mampu bertransformasi dari mekanisme dan metode konvensional, menjadi *digital fundraising*. Terlebih, fenomena tersebut tidak hanya merambah dunia perzakatan secara khusus saja, akan tetapi mencakup pula seluruh aspek keuangan yang mengenalkan masyarakat pada fenomena *fintech*.

Pemanfaatan Kanal Digital Fundraising

Perkembangan teknologi berbasis internet semakin pesat dirasakan masyarakat. Bahkan hal tersebut dirasakan masyarakat dunia pada umumnya. Hal tersebut karena internet memiliki manfaat yang langsung dirasakan oleh para penggunanya. Lebih khusus, para pengguna internet yang memfungsikannya sebagai media komunikasi dan sosialisasi pemasaran. Beberapa di antara manfaat dari internet dalam hal *marketing* antara lain (Eugenia, 2017): 1) memberikan kemudahan dalam interaksi dan komunikasi secara langsung dengan konsumen potensial. Hal tersebut menggambarkan kondisi yang ideal untuk membangun komunikasi secara nyata; 2) mampu memberikan target yang tepat sasaran dan menyampaikan pesan kepada target yang spesifik dituju; 3) para pengguna internet memiliki kebebasan dalam memilih pesan yang dipromosikan atau informasi yang ingin diakses; 4) mampu memberikan gambaran profil suatu perusahaan atau lembaga dengan setiap detil produk atau jasa yang dihasilkan atau ditawarkan; 5) memiliki jangkauan yang luas; dan 6) menghabiskan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk membiayai kanal tradisional.

Dengan banyak manfaat yang ditawarkan, maka internet atau media berbasis internet memberikan tawaran yang lebih menggiurkan. Perkembangan ini akan direspons dengan semakin maraknya perusahaan, instansi, lembaga, atau organisasi yang memanfaatkan media tersebut untuk mensosialisasikan unitnya, maupun produk atau jasa yang ditawarkan.

Komunikasi dan pemasaran bagi suatu perusahaan sangatlah berkaitan dan berhubungan erat. Tanpa komunikasi dalam pemasaran, masyarakat khususnya konsumen, tidak akan mengetahui keberadaan suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan (Kusumastuti, 2009). Lebih lanjut Kusumastuti (2009) menjelaskan sebagaimana dikutip dari Kotler (2000), bahwa komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan

pesan kepada publik, terutama konsumen sasaran, mengenai keberadaan suatu produk di pasar. Konsep yang sering digunakan untuk menyampaikan pesan dikenal dengan bauran promosi (*promotional mix*).

OPZ sebagai lembaga yang memiliki fungsi *fundraising*, tentunya diharuskan untuk turut dalam pemanfaatan media tersebut. Pertumbuhan dan perkembangan teknologi dan media digital, seperti media sosial, telah mengubah mekanisme *fundraising* lembaga nirlaba seperti OPZ dan cara mereka berinteraksi dengan masyarakat dan donatur. Kegiatan penghimpunan dana dengan memanfaatkan media-media digital tersebut dikenal dengan istilah *digital fundraising* (Bruce, 2018).

Seiring dengan perkembangan teknologi yang kian pesat, media digital terus mengalami pembaharuan. Hal ini juga berlaku pada media digital yang digunakan oleh OPZ dalam rangka mensosialisasikan kegiatan *fundraising*. Proses transformasi yang dilakukan OPZ dalam mensosialisasikan programnya dan mengajak masyarakat untuk berzakat dan berdonasi, harus dilakukan dengan memanfaatkan beragam kanal yang tersedia.

Di beberapa kalangan masyarakat, ada yang memanfaatkan beragam kanal media untuk melakukan sosialisasi. Hal tersebut juga dilakukan oleh hampir seluruh instansi dan lembaga, termasuk OPZ, dalam hal sosialisasi dan penghimpunan dana. Beberapa kanal tersebut antara lain (Haselwood, 2018):

Pertama, website. Secara terminology, *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *world wide web* (www) di Internet (Proweb, 2011). Selain itu, *website* dapat diartikan sebagai sekumpulan halaman yang memperlihatkan dan menampilkan informasi data dalam berbagai bentuk seperti teks, data gambar, data animasi, suara, video, dan gabungan dari semuanya, baik yang sifatnya statis maupun dinamis, serta membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait,

yang kemudian masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman atau *hyperlink* (Hariyanto, 2015). Secara garis besar dari pengertian ini, dapat dipahami bahwa *website* merupakan informasi yang disampaikan dalam halaman-halaman situs yang ditempatkan setidaknya pada sebuah server web, yang dapat diakses melalui jaringan internet. Dengan jangkauan internet yang sangat luas, maka sosialisasi yang dilakukan melalui *website* akan dapat menjangkau banyak kalangan masyarakat.

Secara umum, *website* telah digunakan oleh hampir seluruh perusahaan atau lembaga yang ada. Sehingga dengan kata lain, sangat mungkin bagi OPZ untuk melakukan sosialisasi zakat guna menghimpun zakat dengan memanfaatkan media *website* tersebut. Keuntungan dari pemanfaatan *website* tersebut, tentunya akan dirasakan oleh para penggunanya, misalkan mereka dapat dengan mudah mengakses informasi yang dipublikasikan di dalam laman web tersebut. Apa yang telah dilakukan oleh sebagian besar OPZ, yaitu dengan melakukan sosialisasi program melalui *website*, sangat berpengaruh besar terhadap informasi yang diterima oleh masyarakat. Dari hal tersebut, diharapkan masyarakat semakin sadar akan kewajibannya berzakat.

Kedua, email. Dahulu, untuk melakukan korespondensi dengan suatu masyarakat atau komunitas di wilayah yang berbeda, manusia mengirim surat melalui kurir dan pos. Seiring perkembangan teknologi, proses berkirim surat tersebut kini berevolusi dengan muncul teknologi berkirim surat dengan media internet, yang dikenal dengan email.

Guna menjaga koneksi dan hubungan yang berkesinambungan, pihak perusahaan atau lembaga pada saat ini umumnya memanfaatkan email sebagai media interaksi mereka. Hal tersebut didukung argumen bahwa email merupakan media yang sangat efektif bagi perusahaan atau lembaga untuk menyapa konsumen dan saling berinteraksi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan tetap menjaga privasi mereka, dengan latar belakang yang beragam.

Sebagaimana yang dikutip oleh Carmen dan Nicolae (2010) bahwa email *marketing* menempati posisi pertama sebagai alat yang efektif dalam upaya meningkatkan permintaan pada sektor bisnis ritel. Bahkan, posisi tersebut mengalahkan *marketing* dengan media *search engine* yang menempati posisi kedua. Secara angka, penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan email sebagai media dan alat *marketing* mencapai 80% pada pengusaha bisnis ritel (Carmen & Nicolae, 2010).

Email *marketing* merupakan bentuk *marketing* langsung yang memanfaatkan media elektronik, untuk menyampaikan pesan-pesan komersil kepada penggunaanya (Stokes, 2013). Stokes (2013) menjelaskan beberapa kelebihan email *marketing* dibandingkan dengan model *marketing* lainnya, antara lain: 1) pengeluaran biaya lebih efektif dan efisien; 2) target yang jelas dan terarah; 3) bisa dilakukan sesuai keinginan dan tujuan pemasar; 4) pencapaian dan keberhasilan dapat terukur.

OPZ sebagai institusi nirlaba, juga turut melakukan hal yang serupa. Hal tersebut karena OPZ merupakan lembaga yang juga dituntut menarik calon muzaki atau donatur untuk berzakat melalui lembaganya. Dengan demikian, OPZ perlu memanfaatkan media email untuk berkomunikasi dengan para muzaki maupun calon muzaki.

Secara umum, OPZ memanfaatkan email tersebut dalam rangka menjaga komunikasi dan hubungan yang baik dengan para muzaki. Hal itu dilakukan sebagai bentuk upaya OPZ menjaga loyalitas dan kepercayaan para muzaki. Dengan demikian, zakat yang merupakan kewajiban yang berkesinambungan, akan dapat dilakukan oleh muzaki melalui OPZ tersebut.

Lebih lanjut Stokes (2013) menjabarkan, berdasarkan isi dan konten email, terdapat dua jenis email *marketing*: *Pertama, promotional emails* (email untuk promosi). Email jenis pertama ini berupa pengirim menawarkan dan mengajak konsumen untuk melakukan transaksi tertentu. Umumnya email ini bersifat langsung mengajak konsumen untuk melakukan sesuatu,

atau menawarkan sesuatu. Dalam hal ini, OPZ mengirimkan kepada muzaki atau calon muzaki suatu ajakan untuk berzakat secara langsung, dengan memberikan detail kontak dan penjelasan detail terkait mekanisme pembayarannya.

Kedua, retention based emails (newsletter). Email pada jenis ini umumnya berisikan pesan–pesan promosi, namun dengan menyampaikan nilai dan informasi tambahan lain yang disampaikan untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen. Hal ini dilakukan OPZ dalam memberikan informasi terkait laporan kegiatan atau rencana program yang akan dijalankan oleh OPZ. Pada akhirnya, OPZ mengajak masyarakat muzaki untuk berzakat dalam momentum tersebut.

Secara teori, email dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi dan intermediasi antara suatu perusahaan dengan konsumennya. Termasuk bagi OPZ, email dapat berfungsi sebagai media silaturahmi antara OPZ dengan para muzaki. Komunikasi melalui media email, terangkum ke dalam dua bentuk (Carmen & Nicolae, 2010): *pertama*, komunikasi dengan email yang dimulai oleh konsumen. Umumnya hal ini terjadi ketika konsumen suatu barang atau jasa mendapati suatu masalah atau keluhan terkait barang atau jasa yang ia peroleh. Karena itu, ia kemudian akan menghubungi perusahaan penyedia untuk menyampaikan keluhan dan permasalahan yang dihadapi. Dalam hal pengelolaan zakat, muzaki pun dimungkinkan menghadapi masalah layaknya seorang konsumen tersebut. Dalam kaitan pengelolaan zakat, muzaki umumnya menghadapi kendala terkait proses penghitungan zakat yang ia keluarkan, hingga proses dan mekanisme penyerahan atau pembayaran zakat yang akan dilakukan.

Kedua, komunikasi dengan email yang dimulai oleh perusahaan. Dalam hal ini, biasanya perusahaan penyedia barang atau jasa, mengirimkan email kepada para konsumennya. Dengan upaya tersebut, pihak perusahaan dapat menjaga dan membangun loyalitas para konsumennya menjadi lebih baik. Di samping itu, perusahaan juga dapat menyampaikan kepada para

konsumen, terkait agenda yang akan diselenggarakan oleh perusahaan yang dapat dihadiri oleh konsumen. Langkah ini perlu diambil sebagai upaya menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan para konsumennya.

Demi menjaga hubungan baik dengan para muzaki, OPZ pun dapat melakukan upaya serupa. Yaitu dengan mengirimkan informasi terbaru seputar pengelolaan zakat di OPZ. Selain itu, penyampaian informasi dan undangan kegiatan seperti *workshop* atau seminar yang diselenggarakan oleh OPZ pun dilakukan kepada para muzaki sehingga silaturahmi antara OPZ dengan muzaki dapat terus terjalin dengan baik.

Komunikasi yang terjalin antara OPZ dengan muzaki, diharapkan dapat meningkatkan penghimpunan zakat yang dibayarkan oleh para muzaki tersebut. Karena melalui komunikasi yang terjaga, kepercayaan akan terbangun. Karena *trust* atau kepercayaan merupakan modal utama bagi OPZ untuk dapat menarik para muzaki menyalurkan zakatnya melalui OPZ.

Hal *pertama* yang harus diperhatikan adalah *search engine*. Sangat maklum bahwa *search engine* seperti *Google*, sangat mendukung pengiklanan dan promosi yang dilakukan secara *online*. Hal itu karena pengguna dari *search engine* telah memiliki maksud dan tujuan terkait pasar atau produk, maupun jasa yang dibutuhkan dan dicari (Lewandowski, 2017).

Selain *Google*, beberapa *search engine* yang banyak digunakan di dunia antara lain; *Yahoo!*, *worldwide*, *Baidu*, *Microsoft's Live*. Dari beberapa *search engine*, berdasarkan data yang dirilis oleh *comScore* pada Oktober 2007, *Google* memiliki tingkat *market share* sebesar 60%, menempati posisi pertama (Stokes, 2013).

Sejak tahun 2000, saat *Google* telah memberlakukan model iklan dan promosi, beberapa perusahaan dan lembaga mulai menggunakan strategi *Search Engine Marketing* (SEM) pada usaha promosi dan iklan mereka. Hal tersebut dengan didasari efektivitas dan efisiensi dari model ini. SEM tersebut mulai diberlakukan oleh beberapa perusahaan yang mencakup

paid-search advertising dan *search engine optimization*, sebagai bentuk revolusi pada pemasaran online (Lanz & Fazzini, 2015).

Di era digitalisasi ini, perusahaan dituntut untuk aktif memanfaatkan teknologi media dalam mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkan. Beberapa perusahaan juga telah memanfaatkan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing mereka melalui *Search Engine Optimization* (SEO) sebagai jalur alternatif menuju bisnis yang modern (Bharata, 2016). Tanpa terkecuali, OPZ juga perlu meningkatkan daya saing mereka di era digitalisasi ini. Dengan memanfaatkan *Search Engine Optimization*, mereka akan dapat lebih mudah mempromosikan program dan layanan jasa yang mereka tawarkan kepada para muzaki.

Kedua, *social media marketing*. *Social media marketing* merupakan komunikasi dua arah yang kebanyakan dilakukan oleh pengguna berusia muda untuk mendapatkan empati dari kedua belah pihak. Diyakini, bahwa kegiatan *marketing* dengan media sosial, dapat mengurangi kesalahpahaman terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Bahkan perkembangan penggunaan *social media marketing* menjadi sebuah kebutuhan yang tidak terelakkan (Aytekin & Demirli, 2017).

Mulyono, Syamsun, & Najib (2016) menyebutkan pengertian dari media sosial sebagaimana dikutip dari Kaplan & Haenlein (2010) bahwa media sosial adalah grup aplikasi yang berbasis internet dan merupakan pengembangan dari teknologi web 2.0. Media sosial memungkinkan penggunaannya untuk membuat dan berbagi konten antar sesama. Smith & Zook (2011) mengutarakan bahwa media sosial kini telah memfasilitasi dan meningkatkan aliran informasi dengan membuatnya semakin lebih mudah menyebarkan informasi yang berguna kepada banyak orang.

Beberapa pihak menilai, seperti yang disampaikan Lanz & Fazzini (2015), bahwa *social media marketing* dianggap kurang konkret jika dibandingkan dengan *search engine marketing*. Pada *search engine marketing*, jika konsumen mencari suatu barang atau jasa, maka ia akan mengunjungi situs mesin pencari (*search engine*), kemudian situs akan memberikan hasil

berupa opsi dan pilihan situs yang relevan. Hasilnya, konsumen tinggal mengklik opsi situs yang dipilih, atau mencari kembali dari awal pencarian, atau bahkan mencukupkan pencariannya. Ini yang dianggap bahwa *Search Engine Marketing* lebih terukur.

Beberapa media sosial yang dapat dimanfaatkan di antaranya, blog, *bookmarking*, dan *Flicker*. Blog merupakan contoh yang paling familiar terkait media sosial. Sejak hari-hari pertama muncul dan berkembangnya internet, beberapa pengguna internet, mulai menggunakan blog untuk membagikan konten-konten pribadi (Stokes, 2013). Menggunakan blog misalnya, pihak perusahaan atau individu yang akan mempromosikan usahanya, membuat akun pada salah satu layanan penyedia blog, seperti *wordpress*. Setelah itu, pengguna akan diminta untuk membuat satu atau beberapa kategori di dalamnya. Pratama (2015) menjelaskan, setelah membuat akun di *wordpress* tersebut, pengguna kemudian dapat memposting artikel mengenai produk atau jasa yang ia tawarkan.

Kaitannya dengan pengelola zakat, pihak OPZ pun dapat memanfaatkan media sosial dalam rangka mensosialisasikan program-programnya. Hal tersebut akan berdampak positif bagi para muzaki, misalkan para muzaki akan dengan mudah mendapatkan informasi terkait program dan layanan zakat yang ditawarkan oleh OPZ. Gencarnya kampanye dan sosialisasi melalui media sosial, diyakini mampu memberikan edukasi kepada masyarakat luas. Hal itu mengingat, pengguna media sosial yang beragam secara usia, mulai dari muda hingga dewasa. Dengan begitu, syiar zakat akan dapat digelorkan kepada semua khalayak.

Ketiga, social network. *Social network* atau jejaring sosial merupakan salah media pada jaringan internet yang dapat digunakan dalam sosialisasi dan promosi. Contoh *social network* yang paling banyak digunakan di Indonesia, bahkan dunia, adalah *Facebook* (Pratama, 2015). Bahkan di beberapa negara termasuk Armenia, *Facebook* menjadi jejaring sosial yang paling banyak digunakan, diikuti setelahnya adalah *Youtube*, *Odnoklassniki*, *Vkontakte*,

Twitter, LinkedIn dan Instagram. Hal ini merujuk kepada perankingan yang dilakukan oleh Alexa yang dihitung menggunakan kombinasi rata-rata pengunjung hariannya dan seberapa sering halaman tersebut dilihat (Movsisyan, 2016).

Dari data yang dihimpun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Moro (2016), menunjukkan bahwa *Facebook* merupakan jejaring sosial yang paling banyak digunakan di dunia, dengan rata-rata sejumlah 1,28 miliar pengguna aktif pada tahun 2014, disusul *Youtube* dengan 1 miliar pengguna aktif, dan *Google+* dengan 540 juta (Laureano, Fernandes, Hassamo, & Alturas, 2018). Melalui aplikasi ini, para pengguna dapat bertukar informasi, dan berkomunikasi, hingga berbagi album foto, dan menjadi bagian atau anggota dari suatu komunitas atau grup di jejaring sosial tersebut.

Merujuk kepada besarnya data penggunaannya, sudah sangat maklum, jika sosialisasi suatu barang atau jasa yang dilakukan melalui aplikasi ini bisa mendapat pengaruh yang sangat signifikan. Dengan kemudahan yang diberikan, dengan biaya yang relatif murah, atau bahkan nyaris tanpa biaya, sosialisasi dapat dilakukan dengan sangat mudah bagi para pengusaha atau organisasi yang akan melakukan sosialisasi kepada masyarakat.

Langkah beberapa OPZ yang telah menggalakkan sosialisasi program dan layanan zakat melalui jejaring sosial perlu diapresiasi. Dengan potensi pengguna jejaring sosial yang sangat tinggi, dan dengan jumlah pengguna yang sangat besar, diharapkan program-program zakat yang dilakukan oleh beberapa OPZ dapat tersosialisasi kepada masyarakat dengan baik. Hal ini, tentunya menjadi harapan besar bagi OPZ untuk menjaring muzaki atau calon muzaki sebanyak-banyaknya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sosialisasi zakat melalui kanal *digital fundraising* pada saat ini menjadi mutlak adanya. Dengan adanya tuntutan kemajuan zaman di era digital ini, masyarakat berhak mendapatkan kemudahan untuk mengakses dan menerima berbagai informasi, termasuk informasi terkait pengelolaan zakat. Dari sisi ini, OPZ dituntut mengembangkan diri menjadi institusi yang amanah, kredibel, serta profesional. Profesionalisme OPZ saat ini, akan dapat dilihat dengan langkah progresif yang dilakukan, yaitu dengan bertransformasi menuju pemanfaatan kanal *digital fundraising* dalam setiap kegiatan sosialisasi dan penghimpunan zakatnya.

Banyaknya pengguna internet dewasa ini, menjadikan kanal *digital fundraising* sebagai fokus perhatian OPZ. Pihak OPZ harus mampu mengoptimalkan kanal-kanal *digital fundraising* seperti *website*, *email marketing*, *search engine marketing*, *social media marketing*, hingga *social network*. Kanal-kanal tersebut perlu dimanfaatkan OPZ dalam rangka menyampaikan berbagai program pengelolaan zakat, khususnya terkait penghimpunan zakat. Tentunya sosialisasi tersebut mutlak diperlukan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terkait kewajiban berzakat.

Saran

Terkait simpulan yang didapatkan dari penelitian tersebut, saran yang dirumuskan lebih mengarah pada bentuk sosialisasi zakat melalui berbagai kanal *digital fundraising*. Strategi ini diyakini untuk membangun kembali kesadaran masyarakat muslim atas kewajiban berzakat. Selain itu, kepercayaan masyarakat terhadap OPZ akan kembali meningkat seiring dengan transparansi yang diimplementasikan OPZ melalui media digital. Dengan demikian, penghimpunan zakat yang dilakukan OPZ akan dapat terealisasi lebih optimal, dan tujuan serta hikmah zakat akan dapat terwujud secara nyata dan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, A. (2016). Analisis Strategi Fundraising terhadap Peningkatan Pengelolaan ZIS pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo. *Kodifikasi*, 10(1), 109–131.
- Aflah, N. (2009). *Arsitektur Zakat Indonesia*. Jakarta: UI Press.
- Ahmad, M. U., & Mahmood, A. (2009). Zakat Fund-concept and Perspective. *International Journal of Monetary Economics and Finance*, 2(3/4), 197–205. <https://doi.org/10.1504/IJMEF.2009.029058>
- Al-Harawi, S. A. ‘Ubaid al Q. bin S. (2009). *Kitab al-Ammal*. Kairo: Daar as-Salaam.
- Al-Juzairy, A. (2014). *Al-Fiqh ‘ala al-Mazāhib al-Arba’ah*. Kairo: Dar al-Jauzy.
- Ananda, I. P. (2017). World Muslimah Sebagai Budaya Populer dalam Bingkai Media Online Islam. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(10), 165–190. <https://doi.org/10.22515/balagh.v2i2.983>
- Andiani, K., Hafidhuddin, D., Beik, I. S., & Ali, K. M. (2018). Strategy of BAZNAS and Laku Pandai for Collecting and Distributing Zakah in Indonesia. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 10 (2) (July), 417–440. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15408/aiq.v10i2.6943>
- Ariesta, O., & Palupi. (2016). *Strategi Komunikasi Crowdfunding Melalui Media Sosial* (Universitas Muhammadiyah Surakarta). Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/43865/>
- Aytekin, Ç., & Merve Keskin Demirli, S. (2017). The Role of Social Media in Real Estate Marketing: a Research on The Transformation of Real Estate Marketing in Turkey. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi @BULLET Cilt*, 12(48), 17–35. <https://doi.org/10.14783/maruoneri.vi.331567>
- Azmi, S. (2005). *Menimbang Ekonomi Islam. Keuangan Publik, Konsep Perpajakan, dan Peran Bait al-Mal*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Bariyah, N. O. N. (2016). Strategi Penghimpunan Dana Sosial Ummat pada Lembaga-Lembaga Filantropi di Indonesia (Studi Kasus Dompot

- Peduli Ummat Daarut Tauhid, Dompot Dhuafa Republika, BAZNAS, dan BAZIS DKI Jakarta). *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 22–34. <https://doi.org/10.31332/li%20falah.v1i1.472>
- Baznas. (2018). Form Jemput Zakat. Retrieved September 28, 2018, from baznas.go.id website: <https://baznas.go.id/id/jemput-zakat>
- Bharata, W. (2016). Peran Layanan Jasa Search Engine Optimization untuk Meningkatkan Daya Saing pada Bisnis Startup (Studi pada Kaldera Trail and Jeep Adventure Malang). *Al Tijarah*, 2(2), 169–189. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v2i2.741>
- Bruce, I. (2018). Digital And Mobile Fundraising. Retrieved September 25, 2018, from knowhow.ncvo.org.uk website: <https://knowhow.ncvo.org.uk/funding/fundraising/individual-giving/digital-fundraising>
- Carmen, P., & Nicolae, P. A. (2010). Email marketing campaigns: the easiest path from organizations to consumers—an exploratory assessment. *Annals of the University of Oradea*, 1(1), 737–742.
- Eugenia, I. (2017). Website - Tool of Marketing Strategy? *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, Ovidius University of Constantza, Faculty of Economic Sciences*, 0(1), 302–306.
- Forum Zakat. (2010). Daftar Amil Forum Zakat. Retrieved September 23, 2018, from forumzakat.net website: <http://www.forumzakat.net/index.php?act=zis&chal=10>
- Hariyanto, A. (2015). *Membuat Web Profil Sekolah + PPDB Online*. Yogyakarta: Lokomedia.
- Hasanah, U. (2015). Sistem Fundraising Zakat Lembaga Pemerintah Dan Swasta. *Istiqra: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 3(2), 226–249. <https://doi.org/10.24239/istiq.v3i2.174.226-249>
- Haselwood, J. (2018). Fundraising Roadmap: How To Prioritize Your Digital Fundraising Channels. Retrieved September 25, 2018, from forbes.com website: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/05/02/fundraising-roadmap-how-to-prioritize-your-digital-fundraising-channels/#55031a7e1f3f>
- Hayati, K., & Caniago, I. (2011). Zakat Potential As a Means To Overcome Poverty (a Study in Lampung). *Journal of Indonesian Economy and Business*, 26(2), 187–200. <https://doi.org/10.22146/jieb.6270>

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kasri, R. A., & Putri, N. I. S. (2018). Fundraising Strategies to Optimize Zakah Potential in Indonesia: An Exploratory Qualitative Study. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, 10(1), 1–24. <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i1.6191>
- Khan, M. A. (1994). *An Introduction to Islamic Economics*. Lahore: IIST.
- Kholis, N., Sobaya, S., Andriansyah, Y., & Iqbal, M. (2013). Potret Filantropi Islam di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *La Riba Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 61–84.
- Kotler, P. (2000). *Marketing* (1st ed.; H. Purwoko, Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kusmanto, A. (2014). Peran Lembaga Amil Zakat Nasional dalam Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqoh. *Pandecta: Research Law Journal*, 9(2), 292. <https://doi.org/10.15294/pandecta.v9i2.3581>
- Kusumastuti, Y. I. (2009). *Komunikasi Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Lanz, L. H., & Fazzini, J. (2015). Search Engine Marketing (SEM): Financial & Competitive Advantages of an Effective Hotel SEM Strategy. Retrieved September 25, 2018, from www.bu.edu website: <https://www.bu.edu/bhr/2015/05/11/search-engine-marketing-sem-financial-competitive-advantages-of-an-effective-hotel-sem-strategy/>
- Laureano, R. M. S., Fernandes, A. L., Hassamo, S., & Alturas, B. (2018). Facebook Satisfaction and Its Impacts on Fundraising: A Case Study at a Portuguese Non-Profit Organization. *Journal of Information Systems Engineering & Management*, 3(31), 1–12. <https://doi.org/10.20897/jisem.201804>
- Lestari, P., Pratiwi, U., & Ulfah, P. (2015). Identifikasi Faktor Organisasional dalam Pengembangan “ E-Governance “ pada Organisasi Pengelola Zakat. *MIMBAR*, 31 (1)(Juni), 221–228.
- Lewandowski, D. (2017). Users’ Understanding of Search Engine Advertisements. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 5(4), 6–25. <https://doi.org/10.1633/JISTaP.2017.5.4.1>
- Movsisyan, S. A. (2016). Science Direct Social Media Marketing Strategy of Yerevan Brandy Company. *Annals of Agrarian Sciences*, 14(3), 243–

248. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.aasci.2016.08.010>
- Mulyono, D., Syamsun, M., & Najib, M. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Memberikan Donasi pada Rumah Zakat* (Institut Pertanian Bogor). Retrieved from <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/82803>
- Niamulloh. (2013). Metode Fundraising Dana Zakat, Infak dan Sedekah pada Badan Amil Zakat Daerah (Bazda) Kabupaten Sukabumi. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 2(1), 78–88. <https://doi.org/10.15408/empati.v2i1.9769>
- Nuradi, Ibdalsyah, H., & Qulazhar, M. T. (2018). Analysis of Zakat Funds Collection Strategy and Distribution Pattern. *Prosiding INCISST STIBA Ar-Rayah*, 1(1).
- Nuruddin, A. (2010). *Dari Mana Sumber Hartamu*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pratama, I. P. A. E. (2015). *E-Commerce, E-Business, dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika.
- Proweb. (2011). Website adalah.... Retrieved September 23, 2018, from www.proweb.co.id website: https://www.proweb.co.id/articles/web_design/website_adalah.html
- Purnamasari, D., & Firdaus, A. (2016). Analisis Strategi Penghimpunan Zakat dengan Pendekatan Business Model Canvas. *HUMAN FALAH*, 4 (2)(Desember), 260–285.
- Qardhawi, Y. (2010). *Shadaqah, Cara Islam Mengentaskan Kemiskinan*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Qardhawi, Y. (2011). *Hukum Zakat (terj)*. Bogor: Pustaka Litera Antarnusa.
- Rachman, M. A., & Salam, A. N. (2018). The Reinforcement of Zakat Management through Financial Technology Systems. *International Journal of Zakat*, 3 (1)(1), 57–69.
- Rais, I. (2009). Muzakki dan Kriterianya dalam Tinjauan Fikih Zakat. *Al-Iqtishad*, 1(1), 91–106.
- Ridwan, M. (2016). Analisis Model Fundraising Dan Distribusi Dana ZIS di UPZ Desa Wonoketingal Karanganyar Demak. *Jurnal Penelitian*, 10(2), 295–321. <https://doi.org/10.21043/jupe.v10i2.1879>
- Sakinah, K., & Ucu, K. R. (2018). Baznas Kembangkan Inovasi Digital untuk Tingkatkan Zakat. Retrieved September 23, 2018, from

www.republika.co.id website: <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/18/01/27/p381kf282-baznas-kembangkan-inovasi-digital-untuk-tingkatkan-zakat>

- Sasongko, A., & Ariefyanto, M. I. (2012). Waduh, 12 Persen Organisasi Pengelola Zakat tak Punya Visi dan Misi. Retrieved September 23, 2018, from www.republika.co.id website: <https://www.republika.co.id/berita/syariah/keuangan/12/01/30/lym2qb-waduh-12-%0Apersen-organisasi-pengelola-zakat-tak-punya-visi-dan-misi>
- Siregar, S. (2016). Problematika Fundraising Zakat: Studi Kasus Baznas di Sumatera Utara. *MIQOT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, XL(2), 247–266. <https://doi.org/10.30821/miqot.v40i2.299>
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2011). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media* (5th Ed). London, UK: Kogan Page.
- Stokes, R. (2013). *E-Marketing: The Essential Guide to Online Marketing* (5th Ed). Red & Yellow.
- Syarifah, M. (2016). Budaya dan Kearifan Dakwah. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(1), 23. <https://doi.org/10.22515/balagh.v1i1.43>
- Syekh, S. bin A. A. (2009). *Kitab al-Fiqh al-Muyassar*. Riyadh: Daar A'lam as-Sunnah.
- Warwick, M. (1999). Fundraising Forum: How Big a Gift Should You Ask for? *Nonprofit World*, 17, 15–16.
- Widarwati, E., Afif, N. C., & Zazim, M. (2016). Strategic Approach for Optimizing of Zakah Institution Performance: Customer Relationship Management. *Al-Iqtisad: Journal of Islamic Economics*, 9(1), 81–94. <https://doi.org/10.15408/aiq.v9i1.4010>
- Zaimah, N. R. (2017). Analisis Progresif Skema Fundraising Wakaf dengan Pemanfaatan E-Commerce di Indonesia. *Anil Islam*, 10(2), 285–316.

KETENTUAN PENULISAN ARTIKEL

1. Artikel bersifat ilmiah berisi hasil riset empiris atau gagasan konseptual dan belum pernah dipublikasikan di sebuah jurnal. Artikel juga bukan merupakan satu bab utuh dari tesis atau disertasi.
2. Panjang artikel antara 15-30 halaman, tidak termasuk judul, abstrak (abstract), kata kunci (keywords), dan bibliografi.
3. Artikel terdiri dari beberapa bagian, yaitu: judul, nama penulis, abstrak (200-250 kata), kata kunci (maksimal 5 kata), dan bibliografi, dengan detail ketentuan sebagai berikut:
 - Penulisan judul tidak boleh lebih dari lima belas (15) kata.
 - Nama penulis ditulis lengkap tanpa gelar, dilengkapi dengan asal institusi, alamat korespondensi (e-mail address), serta nomor telephone/handphone.
 - Abstrak terdiri dari konteks diskursus area disiplin; tujuan penulisan artikel; metodologi (jika ada); temuan riset; kontribusi tulisan di dalam area disiplin. Abstrak ditulis dalam bahasa Inggris dan Indonesia.
 - Pendahuluan terdiri dari pemetaan penelitian terdahulu (literature review, sebaiknya temuan riset sepuluh tahun terakhir) dan novelty tulisan; batas permasalahan yang dibahas; dan argumentasi utama tulisan.
 - Pembahasan berisi proses reasoning argumentasi utama tulisan.
 - Kesimpulan berisi jawaban atas permasalahan tulisan, berdasarkan perspektif teoritis dan konseptual yang dibangun oleh penulis.
 - Referensi mencantumkan sumber pustaka yang menjadi rujukan.
 - Gaya kutipan menggunakan American Psychological Association (APA) 6th Edition, memakai model pengutipan body note (penulis tahun), dengan ketentuan detail sebagai berikut:

1. Book

Dalam referensi ditulis :

Azwar, S. (2016). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Di dalam kutipan ditulis : (Azwar, 2016)

2. Edited book(s)

Dalam referensi ditulis :

Cone, J. D. (1999). Observational assessment: Measure development and research issues. dalam P. C. Kendall, J. N. Butcher, & G. N. Holmbeck (Eds.), *Handbook of research methods in clinical psychology* (pp. 183-223). New York: Wiley.

Di dalam kutipan ditulis : (Cone, 1999)

3. E-book(s)

Dalam referensi ditulis :

Sukanta, P. O., ed. (2014). *Breaking the Silence: Survivors Speak about 1965-66 Violence in Indonesia (translated by Jemma Purdey)*. Clayton: Monash University Publishing. Diakses dari <http://books.publishing.monash.edu/apps/bookworm/view/Breaking+the+Silence%3A+Survivors+Speak+about+1965%E2%80%9366+Violence+in+Indonesia/183/OEBPS/cop.htm>, tanggal 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Sukanta, 2014)

4. Article of the Journal

a. Journal With Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Tekke, M., & Ghani, F. (2013). Examining Career Maturity Among Foreign Asian Students : Academic Level. *Journal of Education and Learning*. Vol. 7 (1), 29-34. DOI: <http://dx.doi.org/10.11591/edulearn.v7i1.173>

Di dalam kutipan ditulis : (Tekke & Ghani, 2013)

b. Journal Without Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Arbiyah, N., Nurwianti, F., & Oriza, D. (2008). Hubungan bersyukur dengan subjective well being pada penduduk miskin. *Jurnal Psikologi Sosial*, 14(1), 11-24.

Di dalam kutipan ditulis : (Arbiyanti, Nurwianti, & Oriza, 2008)

c. E-Journal

Dalam referensi ditulis :

Crouch, M. (2016). "Constitutionalism, Islam and the Practice of Religious Deference: the Case of the Indonesian Constitutional Court." *Australian Journal of Asian Law* 16, 2: 1-15. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2744394, diakses 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Crouch, 2016)

5. Article Website

a. Dengan Penulis

Dalam referensi ditulis :

Hendrian, D. (2016, Mei 2). *Memprihatinkan Anak Pengguna Narkoba Capai 14.000*. Retrieved September 27, 2017, from <http://www.kpai.go.id/berita/memprihatinkan-anak-pengguna-narkoba-capai-14-ribu/>

Di dalam kutipan ditulis : (Hendrian, 2016)

b. Tanpa Penulis

Six sites meet for comprehensive anti-gang initiative conference. (2006, November/December). OJJDP News @ a Glance. Retrieved from: http://www.ncjrs.gov/html/ojjdp/news_acglance/216684/topstory.html tanggal 10 Agustus 2012.

Di dalam kutipan ditulis : (http://www.ncjrs.gov/htmllojjdp/news_acglance/216684/topstory.html, 2006)

6. Skripsi, Tesis, atau Disertasi Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Saifuddin, A. (2016). *Peningkatan Kematangan Karier Peserta Didik SMA Melalui Pelatihan Reach Your Dreams dan Konseling Karier* (Tidak Diterbitkan). Surakarta : Magister Psikologi Profesi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Saifuddin, 2016)

7. Manuskrip Institusi Pendidikan Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Nuryati, A., & Indati, A. (1993). *Faktor-faktor yang memengaruhi prestasi belajar*. Unpublished Manuscript, Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Nuryati & Indati, 1993)

4. Penulisan gaya pengutipan dihimbau menggunakan perangkat citation manager, seperti Mendeley, Zotero, EndNote, RefWorks, BibText dan lain sebagainya dengan memakai American Psychological Association (APA) 6th Edition.
5. Transliterasi bahasa Arab menggunakan standar International Journal of Middle Eastern Studies, detail transliterasi dapat diunduh di <http://ijmes.chass.ncsu.edu/docs/TransChart.pdf>
6. Artikel bebas dari unsur plagiat, dengan melampirkan bukti (screenshot) bahwa artikel telah dicek memakai piranti lunak antiplagiat, misalnya, tetapi tidak terbatas pada, plagiarism checker (plagiarisme.com).

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

ISSN : 2527- 5704 (P)

ISSN : 2527- 5682 (E)

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja
Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok
Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti

Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik
Kontinum Konseling Berbasis Alquran
Khilman Rofi Azmi

Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising
Ade Nur Rohim



Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)
Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Editor

Waryono Abdul Ghafur, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Soiman, Asosiasi Profesi Dakwah Indonesia (APDI)
Diajeng Laily Hidayati, Institut Agama Islam Negeri Samarinda
Akhmad Anwar Dani, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Ahmad Saifuddin, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Abraham Zakky Zulhazmi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id
Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Daftar Isi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok <i>Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti</i>	1 - 24
Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran <i>Khilman Rofi Azmi</i>	25 - 58
Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui <i>Digital Fundraising</i> <i>Ade Nur Rohim</i>	59 - 90
Mubalig <i>Youtube</i> dan Komodifikasi Konten Dakwah <i>Ferdi Arifin</i>	91 - 120
Literasi Digital sebagai Upaya Menangkal Hoaks di Era Disrupsi <i>Naimatus Tsaniyah, Kannisa Ayu Juliana</i>	121 - 140
Tren Pengembangan Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Transformasi IAIN Menjadi UIN Surakarta <i>Kamila Adnani</i>	141 - 168



MUBALIG YOUTUBE DAN KOMODIFIKASI KONTEN DAKWAH

Ferdi Arifin

Humaniora Institute

Keywords:

social media;
Youtube; Youtube
mubalig

Abstract

This article attempts to reveal Youtube as a popular social media for da'wa recently. The popularity of da'wa in Youtube generates many celebrity mubalig (islamic preacher). However, the number of mubalig preaching through Youtube also has negative effects. It is caused by each mubalig have different perspectives about Islam teaching, so that the da'wa contents are confusing followers on their perceptions about Islam. Using the Youtube for da'wa media has a good respond, so Youtube channels that upload da'wa content have a large number of viewers and followers. It makes Youtube able to make money through the monetization process. Data collection in this study was carried out through virtual observations on da'wa content of a number of mubalig on Youtube, as well as literature studies to analyze the tendency of da'wa messages on the Youtube channel. As a result, Youtube becomes an alternative media for preaching, even though actually, the commodification of messages emerged through monetization on Youtube.

Abstrak

Kata kunci:
media sosial;
mubalig Youtube;
Youtube

Artikel ini bertujuan untuk melihat *Youtube* sebagai *platform* media sosial yang populer digunakan untuk berdakwah. Kepopuleran dakwah menggunakan *Youtube* memunculkan banyak mubalig selebritas. Namun, banyaknya mubalig yang berdakwah melalui *Youtube* justru juga menimbulkan efek negatif. Hal ini karena masing-masing mubalig memiliki persepsi ajaran Islam yang berbeda-beda sehingga konten ceramah setiap mubalig cenderung membingungkan persepsi tentang ajaran Islam. Pemanfaatan *Youtube* sebagai media dakwah mendapatkan respon yang baik sehingga kanal-kanal *Youtube* yang mengunggah konten dakwah memiliki jumlah penonton dan pengikut yang banyak. Hal ini menjadikan *Youtube* mampu menghasilkan uang melalui proses monetisasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi virtual pada konten-konten dakwah sejumlah ustaz di *Youtube*, serta studi literatur guna menganalisis kecenderungan pesan dakwah yang dimunculkan dalam kanal *Youtube*. Hasilnya, *Youtube* mampu menjadi alternatif media untuk berdakwah, meski sebenarnya muncul komodifikasi pesan melalui bentuk monetisasi pada *Youtube*.

How to cite (APA 6th Style):

Arifin, F. (2019). Mubalig Youtube dan Komodifikasi Konten Dakwah. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 91–120. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1718>

PENDAHULUAN

Perkembangan internet saat ini mendominasi kehidupan masyarakat dunia. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa di antara 262 penduduk Indonesia, lebih dari 50% atau sekitar 143 juta warga Indonesia terhubung jaringan internet sepanjang tahun 2017 (Bohang, 2018). Menurut Shawn Wilbur (Nasrullah, 2014), internet dan *cyberspace* menciptakan suasana kolektif serta dunia tersendiri melalui fasilitas web

yang memungkinkan kontak pada setiap individu secara halus (*ethereal contact*). Alhasil, setiap orang akan merasa terkoneksi satu sama lain, serta menemukan efek tertentu ketika berhubungan melalui *cyberspace*.

Internet dalam praktiknya mampu memberikan ruang tersendiri bagi para penggunanya. Lebih lanjut, internet mampu menjadi ruang publik yang memfasilitasi para pengguna untuk dapat berkomunikasi dan saling bertukar pendapat. Tak terkecuali, banyaknya spekulasi dan argumen yang saling dipertukarkan turut menjadi bagian dari arus informasi yang tercipta pada ruang publik melalui internet. Hal ini yang juga terjadi dalam konteks keberagamaan di Indonesia.

Sebut saja, ketika masyarakat dihadapkan pada kasus penistaan agama yang menyerang salah satu tokoh politik, Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). Tidak mengherankan jika banyak sekali perdebatan yang terjadi di internet untuk menunjukkan eksistensi persepsi dalam membahas kasus penistaan agama yang dilakukan Ahok. Lebih lanjut, sisi lain mengenai adanya fenomena digital juga turut membawa dampak terhadap banyak mubalig untuk mensyiarkan agama Islam melalui media sosial mereka masing-masing. Selain menilik pada banyaknya pengguna internet di Indonesia yang berkisar lebih dari 50% ini, penggunaan media sosial pada sisi tertentu dinilai lebih efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan dakwah.

Salah satu implikasi penggunaan internet untuk sarana dakwah juga berkenaan dengan kecenderungan dari para pengguna media internet, khususnya pengguna media sosial, dalam mengakses sejumlah konten dakwah. Implikasi penting dalam hal ini muncul bagi sebagian besar masyarakat muslim kontemporer di Indonesia, yakni dengan memanfaatkan internet sebagai media pembelajaran Islam (Fakhruroji, 2019). Tren yang muncul adalah internet mampu menjadi sumber rujukan atas pengetahuan keagamaan yang ingin diperoleh bagi sejumlah penggunanya.

Horsfield (2018) menjelaskan adanya sisi kompleks dalam memaparkan praktik keagamaan yang menuntut cara agama untuk dapat memainkan peran fungsionalnya guna melayani umat, khususnya dalam konteks komunitas, ritual, serta upaya dalam menemukan ideologi makna. Maka dari itu, kemunculan media baru diperlukan guna menawarkan sebuah pendekatan fungsional dalam melihat tentang cara studi agama mampu merujuk pada pandangan mengenai aspek keagamaan yang baru.

Penggunaan internet dalam praktik keagamaan merujuk pada keterhubungan antara penggunaan media lama dengan media baru secara bersamaan. Campbell & Lövheim (2011) menyatakan bahwa praktik keagamaan *online* sebenarnya tidak dapat berdiri sendiri tanpa praktik *offline* sehingga, masing-masing akan saling memengaruhi. Lebih lanjut, Campbell & Lövheim (2011) menyebut kecenderungan praktik keagamaan *online* ini merupakan perpanjangan dari religiositas yang dilakukan secara *offline*.

Adapun penggunaan fasilitas dan media *online* sebagai sarana berdakwah dapat dikatakan sebagai pengembangan dalam strategi lama guna memobilisasi khalayak secara lebih cepat. Penggunaan internet ini juga bertujuan untuk memperluas audiensi global sehingga dinilai lebih efektif (Siegel, 2019) untuk menggerakkan massa, khususnya para khalayak muslim yang mengakses konten-konten dakwah melalui internet, tak terkecuali *Youtube*.

Apabila dicermati dari sudut pandang lain, penggunaan media sosial dapat berdampak pada peningkatan perekonomian penggunanya. Salah satu contohnya adalah *Youtube*. Para pengguna *Youtube* atau yang sering disebut *Youtuber*, bisa menghasilkan pundi-pundi rupiah jika memenuhi kriteria yang ditentukan oleh pihak *Youtube*, seperti ketentuan jumlah *likes*, *subscribes*, dan *shares*. *Youtube* menjadi media sosial sangat populer di kalangan masyarakat industri 4.0 karena memberikan sarana pada penggunanya untuk mendapatkan keuntungan dengan berbagai cara. *Pertama*, memonetisasi video agar *Youtube* bisa menyematkan iklan di

tengah-tengah video yang diunggah. *Kedua*, memiliki *subscribers* dan *viewers* yang tinggi atau disebut sebagai *Brand Deals*. *Ketiga*, menjadi *public figure* atau tokoh masyarakat yang dikenal luas karena memiliki banyak penonton di saluran ataupun kanal *Youtube* yang dimiliki (Dahlan, 2015).

Kondisi tersebut bias terjadi pada siapa saja, tak terkecuali pemuka agama khususnya para mubalig. Banyak mubalig yang memanfaatkan *Youtube* sebagai media dakwah mereka. Sejumlah mubalig yang memiliki akun ataupun menggunakan *Youtube* sebagai media dakwahnya mampu memperoleh penghasilan apabila sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh *Youtube* tersebut. Seperti pepatah, *sekali dayung, dua tiga pulau terlampaui*, yang bermakna bahwa syiar agama Islam dapat dilakukan melalui *Youtube* dan sekaligus mendapatkan keuntungan dari kanal yang dimilikinya di *Youtube*. Tidak mengherankan apabila saat ini mulai bermunculan istilah ustaz seleb. Istilah tersebut ditujukan kepada para ustaz ataupun mubalig yang seolah dikenal layaknya artis dan *public figure* melalui media sosial untuk berdakwah.

Pada dasarnya, berdakwah dengan memanfaatkan internet dan media sosial memberikan dampak tersendiri bagi para penggunanya. Dalam konteks ini, perlu adanya perencanaan untuk dapat mengemas konten dakwah yang sesuai dan diminati oleh para audiens. Salah satu perencanaan tersebut dapat diwujudkan dengan mengoptimalkan penggunaan mesin pencari dalam internet untuk menunjang serta mendukung cara berdakwah secara *online* (Saputra & Islamiyah, 2019). Adanya pembaruan dalam sistem ataupun metode dakwah dengan menggunakan media *online* pada dasarnya merujuk pada pengembangan konsep dakwah baru. Pengembangan konsep dakwah ini mengarah pada pembaruan paradigma yang harus mencakup konsep, metodologi, pendekatan, serta media yang dapat digunakan untuk berdakwah. Pengembangan dan pembaruan dakwah ini diharapkan dapat memenuhi tantangan, sekaligus peluang dakwah di era globalisasi (Ismail, 2017).

Salah satu tujuan utama berdakwah melalui media sosial *Youtube* adalah menarik minat dan memberikan kemudahan khalayak untuk mempelajari ajaran keislaman. Namun, tak jarang terjadi perbedaan pendapat antar sesama ustaz terkait dengan pemahaman keislaman yang dimiliki. Perbedaan pendapat tersebut mampu menimbulkan perdebatan pada masing-masing kolom komentar kanal *Youtube* yang digunakan. Berdakwah melalui media sosial dianggap semakin banyak diminati karena dinilai lebih efektif dan efisien. Akan tetapi, hal ini yang justru memunculkan tantangan tersendiri. Salah satu bentuk tantangan tersebut adalah terdapat fitur monetisasi yang dapat dilakukan dalam penggunaan media sosial *Youtube*. Alhasil, perang siber semakin ketat dalam hal mendapatkan *subscribers*, *viewers*, dan *likes*, guna mendongkrak *rating* kanal *Youtube* yang dimiliki.

Seperti contoh kasus unggahan video di *Youtube* M. Quraish Shihab yang menganggap hukum berhijab itu tidak mutlak untuk harus dilakukan karena masih ada perdebatan ulama. Di sisi lain, ustaz Adi Hidayat, ustaz Abdul Somad, dan ustaz Firanda menyampaikan secara implisit bahwa pendapat yang disampaikan oleh M. Quraish Shihab adalah fatwa yang salah sehingga, tidak boleh diikuti. Satu video perdebatan ini sudah ditonton sebanyak 1.200.629 kali (Ibadah TV, 2017). Dengan banyaknya jumlah penonton tersebut, hal ini memberikan dampak positif bagi si pemilik kanal *Youtube* karena mampu menghasilkan uang melalui monetisasi *Youtube*.

Berdasarkan fenomena tersebut, muncul pertanyaan yang perlu dikaji lebih mendalam. Apakah monetisasi kanal media sosial *Youtube* para ahli agama tersebut membawa kebaikan dalam berdakwah atau justru menjadi sarana komodifikasi dakwah melalui media sosial sehingga tidak lagi mementingkan masyarakat sebagai konsumen? Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengurai dan menjelaskan bahwa sebuah komodifikasi itu bisa terjadi di kanal media sosial para ustaz seleb. Selain itu, penelitian ini juga berupaya menggali persepsi masyarakat Islam di Indonesia apabila

kanal media sosial para ustaz seleb dikomodifikasikan. Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan melihat cara media sosial bekerja dan digunakan dalam sisi lain konteks dakwah, melalui pengamatan pada beberapa tayangan dakwah sejumlah ustaz serta tinjauan literatur dari berbagai penelitian tentang dakwah dan media sosial.

Terdapat beberapa penelitian lain yang membahas tentang dakwah dan internet, khususnya pada media sosial. Nurdin (2014) menjelaskan melalui penelitiannya, mengenai pemanfaatan internet untuk keperluan dakwah. Dalam hal ini, internet dijadikan sebagai *platform* media pendukung dalam berdakwah agar dapat dikemas secara lebih menarik dan interaktif. Selanjutnya, Sumadi (2016) menulis tentang konsep dakwah dan peran media sosial yang berkenaan dengan isi (esensi) serta cara (metode). Melalui tulisannya, media sosial dinilai efektif untuk digunakan sebagai sarana berdakwah.

Penelitian lain dari Sirajuddin (2014) tentang pengembangan strategi dakwah melalui media internet. Adapun pengembangan strategi dakwah yang dilakukan melalui internet harus direncanakan secara matang dan lengkap dengan lembaga pendukung yang bekerja secara profesional. Adanya pemanfaatan internet sebagai media dakwah ini dilakukan guna menjawab keluasan informasi yang berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Selanjutnya, sejumlah artikel ilmiah yang berbicara mengenai dakwah, internet, media digital, bahkan kesalehan agama dalam kaitannya dengan penggunaan media sosial turut ditulis oleh Zaini (2013); Yoga S (2015); Pardianto (2013); Budiantoro (2017); dan Huseina & Slamab (2018).

Sejauh ini, penelitian dakwah di media sosial masih dianggap menjadi isu menarik bagi para akademisi Islam. Hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi dan media komunikasi yang semakin pesat dan banyak digunakan. Faktor lain disebabkan karena semakin meningkatnya jumlah generasi muda yang menggunakan media sosial, terutama dalam

hal kajian keagamaan. Beberapa dari mereka misalnya, melihat dakwah dari sudut pandang kesopanan dalam berdakwah di media sosial (Sumadi, 2016). Bahkan, yang lebih spesifik lagi, adanya penelitian tentang *fanpage* Aa' Gym dalam proses dakwahnya di *Facebook* (Hakiki, 2016). Terdapat penelitian lain yang menganggap media sosial sebagai sebuah medium *platform* dakwah secara umum (Suharto, 2017), serta kajian tentang dakwah perdamaian di dunia siber (Khoiruzzaman, 2016).

Apabila merujuk pada sejumlah kajian dakwah dan media sosial yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa kajian dakwah dan media sosial sudah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu dengan menampilkan beberapa model serta hasil penelitian yang tidak jauh berbeda. Meskipun demikian, kajian tentang konten dakwah menjadi media untuk populer dan meraup keuntungan dari *Youtube*, dianggap masih jarang dilakukan. Maka dari itu, penelitian ini menekankan pada strategi seorang mubalig mengemas konten dakwah agar menjadi laku di pasaran, sekaligus menimbulkan ketertarikan untuk menghasilkan keuntungan dalam konteks tertentu. Dengan demikian, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu yang dijelaskan sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini secara khusus diarahkan pengamatan secara virtual dan visual (etnografi virtual) pada beberapa konten dakwah yang ditampilkan melalui *Youtube* oleh beberapa ustaz Indonesia. Selain itu, studi literatur dilakukan untuk menguatkan analisis melalui *review* pada beberapa penelitian terdahulu tentang konteks dakwah dan media sosial. Lebih lanjut, kajian tidak secara khusus dilakukan pada konten satu atau dua ustaz/mubalig, melainkan lebih melihat secara keseluruhan tentang tayangan atas pesan dakwah yang ditampilkan sebagai konten ceramah. Sejumlah ustaz yang diamati adalah ustaz-ustaz yang kerap mengunggah konten dakwah dan ceramahnya di *Youtube*, seperti: Hanan Attaki, Khalid Basalamah, Abdul Somad, dan Adi Hidayat.

Adapun pengumpulan data melalui pengamatan ini merujuk pada data rekam yang diperoleh pada kanal-kanal *Youtube* yang diamati, yakni: Pemuda Hijrah, Khalid Basalamah, UAS Daily Life atau Tafaqquh Video, serta Akhyar TV. Beberapa kanal ini digunakan untuk menyampaikan sekaligus mengunggah konten-konten dakwah dari para ustaz. Selanjutnya, analisis dilakukan untuk mengetahui bentuk komodifikasi pesan yang dimunculkan pada kanal *Youtube* tersebut. Titik tekan penelitian ini adalah tentang strategi para ustaz atau mubaligh tersebut memanfaatkan *Youtube* sebagai media sosial yang dipandang efektif untuk menyalurkan pesan dakwah dan menarik *subscribers*, terlepas dari bentuk monetisasi yang selanjutnya melingkupi pemanfaatan *Youtube* sebagai media dakwah yang digunakan. Adanya monetisasi pada *Youtube* dimaknai sebagai bentuk pemanfaatan media sosial yang pada akhirnya mampu mendatangkan penghasilan berdasarkan klik, *likes*, *views*, dan jumlah pengikut (*subscribers*) sehingga terjadi perubahan dan alih fungsi pesan media sebagai bentuk komoditi (komodifikasi).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Media Sosial Youtube dan Kepopulerannya di Masyarakat Indonesia

Pemaparan dari hasil penelitian APJII menyatakan bahwa pengguna jasa internet di Indonesia lebih dari setengah penduduk Indonesia. Dengan kata lain, popularitas pengguna internet di Indonesia cukup terbilang banyak. Sedangkan, kepopuleran internet di dunia ada sekitar 53% dengan jumlah pengguna internet sebanyak 4.021 milliar jiwa dari total penduduk dunia secara keseluruhan, yakni sekitar 7.593 milliar jiwa. Dari perbandingan tersebut, rincian pengguna internet di seluruh dunia terbagi dalam beberapa bagian, yaitu pengguna internet secara keseluruhan sebanyak 4.021 miliar jiwa atau 53%, pengguna internet yang aktif bermedia sosial sekitar 3.196 milliar jiwa atau 42%, serta yang aktif

bermedia sosial menggunakan gawainya saja sekitar 2.958 miliar jiwa atau 39% (Kemp, 2018).

Kepopuleran media sosial ini menyebabkannya menjadi kajian yang menarik untuk diteliti. Salah satu hal yang menarik mengenai penelitian tentang media sosial ini pernah dilakukan oleh Lovejoy & Saxton (2012) yang menjelaskan bahwa kepopuleran media sosial ini cukup efektif dan efisien sehingga, digunakan untuk membantu mengoptimalkan organisasi sebagai bentuk media informasi, komunitas, dan tindakan atau program yang dilaksanakan oleh organisasi. Dalam bentuk lain, media sosial berperan penting dalam pengiriman pesan maupun informasi kepada publik yang lebih masif (Imran, Castillo, Diaz, & Vieweg, 2015).

Beberapa wujud media sosial yang pernah ditelaah lebih dalam oleh para peneliti media sosial seperti *Instagram*, menunjukkan secara spesifik data pengguna media sosial *Instagram* yang didominasi oleh orang-orang dengan kisaran usia 18 sampai 29 tahun, serta media sosial *Pinterest* lebih didominasi oleh kaum perempuan yang berumur 25 sampai 34 tahun (Ruths & Pfeffer, 2014). Masih banyak berbagai media sosial yang memiliki segmentasi spesifik dan populer di kalangan masyarakat.

Youtube misalnya, memiliki pertumbuhan yang sangat signifikan di Indonesia. Sejak Januari 2016 hingga Januari 2017 durasi menonton *Youtube* masyarakat Indonesia meningkat 155% dengan jumlah konten yang diunggah di Indonesia naik hingga 278% dari tahun 2016 (Dwijaya & Zuliestiana, 2017). Tidak mengherankan apabila popularitas *Youtube* di Indonesia sangat kuat sehingga, muncul banyaknya komunitas *Youtube* di penjuru Indonesia.

Komunitas-komunitas *Youtube* di penjuru Indonesia ini memanfaatkan *Youtube* bukan hanya sekedar menjalin koneksi antarwilayah, melainkan juga sebagai upaya eksistensi diri. *Youtube* memberikan berbagai dampak nilai-nilai bagi para penggunanya. *Youtube* tidak lagi sebagai media berkomunikasi, melainkan juga dijadikan ajang mencari popularitas. Penggunaan *Youtube*

semacam ini menyebabkan terjadinya adaptasi antarbudaya yang pada akhirnya bertransisi dari budaya lama ke budaya baru.

Menurut Chen & Strarosta (2005), ada lima tahapan dalam poses transisi adaptasi antarbudaya. *Pertama*, masyarakat atau pengguna *Youtube* merasa bahagia dengan budaya barunya terhadap eksistensi *Youtube*. *Kedua*, muncul perasaan tidak nyaman karena menemukan sisi lain dari budaya baru tersebut karena nilai-nilai yang ada masih kurang familiar. *Ketiga*, muncul penyesuaian terhadap budaya baru tersebut. *Keempat*, bentuk penyesuaian terhadap kebaruan dari budaya baru yang diterimanya.

Konsep yang dilontarkan Chen & Strarosta (2005) tersebut memang tidak bisa dimungkiri. Untuk melihat fenomena *Youtube* di Indonesia bahkan dunia sekalipun, ada proses adaptasi budaya dari menonton televisi menjadi menonton *Youtube*. Tidak mengherankan jika banyak fenomena pengguna *Youtube* yang kemudian viral melebihi artis di televisi. Sinta dan Jojo menjadi populer di seluruh Indonesia karena mengunggah *cover* lagu Keong Racun di tahun 2010 dan Gamaliel Audrey yang juga menjadi musisi terkenal setelah unggahan lagunya di *Youtube* pada tahun 2009. Bagi Sawyer (2011), melihat *Youtube* adalah sebuah kemudahan menjadi sosok selebritas karena pengguna *Youtube* atau *Vloger* berperan menjadi aktor, kameramen, sekaligus sutradara dalam video yang diunggah di akun *Youtubenya*. Bahkan, *Youtube* disinggung juga sebagai media sosial yang menerobos protokol komunikasi (Chandra, 2017) karena fenomena Presiden Republik Indonesia Ir. Joko Widodo yang menggunakan *Youtube* untuk menunjukkan beberapa aktivitas kenegaraan, seperti saat makan bersama Raja Salman ketika berkunjung ke Indonesia.

Saat ini, *Youtube* menjadi *platform* media sosial terkemuka di Indonesia. Bahkan, *Youtube* dapat dikatakan lebih dari sekedar televisi bagi kalangan anak muda. Kejenuhan yang muncul karena televisi dianggap kurang memberikan hiburan menyebabkan para *content creator* berbondong-bondong menunjukkan eksistensinya membuat *channel Youtube* sendiri

sebagai penyejuk kejenuhan masyarakat Indonesia terhadap televisi negeri maupun swasta.

Banyak artis *Youtube*, yang dikenal sebagai *Youtuber*, viral layaknya artis papan atas, seperti Ria Ricis, Raditya Dika, Atta Halilintar, Karin Novilda, Young Lex, dan banyak lagi. Bahkan, beberapa artis televisi juga mulai berbondong-bondong untuk membuat kanal *Youtubenya* sendiri untuk memperkuat eksistensinya. Hal ini dikarenakan memang selain memberikan ruang eksistensi, *Youtube* juga menjadi lahan pendapatan bagi kanal ataupun saluran *Youtube* yang sudah dimonetisasi melalui iklan-iklan yang ada di dalamnya.

Menurut data yang dirilis www.socialblade.com (2018), menunjukkan lima teratas *Youtuber* populer di Indonesia adalah melalui kanal Ria Ricis, Calon Sarjana, Atta Halilintar, Raditya Dika, dan Official Sabyan Gambus. Dari data tersebut, estimasi penghasilan Ria Ricis melalui kanalnya adalah sekitar \$12,8K - \$205K, Calon Sarjana sekitar \$22,4K - \$357,8K, Atta Halilintar sekitar \$5,3K - \$84,8K, Raditya Dika sekitar \$4,7K - \$75,4K, dan Official Sabyan Gambus sekitar \$18,6K - \$298,4K.

Popularitas *Youtube* semakin naik juga karena para televisi swasta turut membuat kanal *Youtube* untuk menyasar generasi-generasi muda yang lebih memilih *Youtube* daripada televisi. Oleh karena itu, hampir setiap kanal televisi swasta memiliki akun media sosial *Youtube*, seperti RCTI-Layar Drama Indonesia, Indonesiar, Trans7 Official, MNCTV Official, dan Trans TV Official. Tidak hanya itu, beberapa acara televisi juga membuat kanal *Youtube* untuk mengikat para generasi digital, seperti Ini Talk Show, The Voice Kids Indonesia GTV, Cumi-Cumi, dan CNN Indonesia.

Fenomena popularitas *Youtube* ini juga menyebabkan semua orang untuk beradaptasi dengan *Youtube* sehingga, banyak sekali orang yang belajar beradaptasi dengan budaya baru. Para publik figur pun tak luput dari maraknya transisi budaya ini sehingga, mereka juga membuat kanal di *Youtube* untuk berbagai kepentingan. Bahkan, para mubalig saat ini juga

mengoptimalkan *Youtube* sebagai media dakwah sehingga, membuat pesan dakwah tersebut menjadi lebih masif dan efisien.

Terdapat banyak kepentingan yang melatarbelakangi masyarakat membuat kanal *Youtube*, salah satunya *money oriented*. Banyaknya kepentingan yang melatarbelakangi transisi budaya menonton *Youtube* menjadi polemik tersendiri bagi masyarakatnya, seperti polemik ustaz selebritas (ustaz seleb). Sejumlah para mubalig dan mubaligah membuat kanal *Youtube* menjadikan syiar agama menjadi lebih mudah, efektif, sekaligus masif. Namun, fenomena yang muncul adalah masing-masing mubalig memiliki persepsi ajaran beda-beda sehingga, memunculkan perdebatan dalam dunia digital maupun dunia nyata. Para mubalig yang seharusnya menjadi agen penentrang bagi masyarakat, justru tampak menjadi seperti agen penggiring opini publik. Kondisi yang demikian ini menyebabkan Kementerian Agama harus turun tangan untuk menstandarisasi para mubalig ini dalam aturan-aturan yang ditentukan. Pada akhirnya, Kementerian Agama merilis 200 nama mubalig yang dianggap memenuhi kriteria tertentu, salah satunya jauh dari perdebatan (Akbar, 2018; Hartanto, 2018; liputan6, 2018; Rahmadi, 2018).

Monetisasi Kanal Youtube Konten Dakwah

Fenomena banyaknya orang yang diklaim sebagai mubalig atau ustaz mengharuskan Kementerian Agama turun tangan dengan cara merilis 200 nama mubalig yang diakui oleh pemerintah. Sikap demikian dilakukan karena banyaknya mubalig yang terkenal melalui media sosial membawa ideologi atau persepsi yang beraneka ragam. Perbedaan pendapat yang disampaikan para mubalig tersebut ditakutkan dapat merusak persatuan masyarakat.

Uniknya, dari 200 nama mubalig yang dirilis oleh Kementerian Agama, nyatanya justru kurang dikenal oleh kebanyakan orang, terutama bagi mereka generasi milenial saat ini. Tercatat hanya beberapa ustaz senior

yang masuk ke dalam 200 nama mubalig yang dirilis oleh Kementerian Agama dan dikenal oleh generasi saat ini karena sering melakukan syiar melalui media televisi ataupun media massa lainnya, mereka adalah Dedeh Rosidah (Mamah Dedeh); Emha Ainun Najib, maupun M. Quraish Shihab.

Menilik pada rilis yang dikeluarkan dari Kementerian Agama tersebut, sejumlah mubalig yang eksis di media sosial *Youtube*, seperti ustaz Abdul Somad, ustaz Adi Hidayat, ustaz Maulana, serta beberapa ustaz selebritas lainnya justru tidak termasuk dalam 200 nama mubalig yang dirilis secara resmi. Deretan ustaz yang eksis di *Youtube* tersebut memiliki kanal khusus untuk media dakwahnya, baik yang sengaja dikelola, maupun yang secara tidak sengaja merekam video dakwahnya dan selanjutnya diunggah di *Youtube*. Meskipun demikian, masuknya deretan mubalig di *Youtube* menjadikannya sosok publik figur yang viral dan dikenali oleh masyarakat Indonesia saat ini.

Kepopuleran para mubalig di *Youtube* mampu melebihi 200 nama mubalig yang dirilis oleh Kementerian Agama. Kepopuleran tersebut terlihat dari kanal *Youtube* UAS Daily Life yang sudah mengunggah sebanyak 871 video sejak 15 Desember 2017 dengan pengikut 129.220 orang dan ditonton sebanyak 13.171.564 kali, kanal Hanan Attaki mengunggah 68 video sejak 11 Mei 2017 dengan pengikut 143.321 orang dan ditonton sebanyak 3.298.273 kali, kanal Akhyar TV yang merepresentasikan Ustaz Adi Hidayat sudah mengunggah 195 video sejak 21 Oktober 2016 dengan pengikut 156.787 orang dan ditonton sebanyak 5.380.363 kali, dan kanal Khalid Basalamah sudah mengunggah 1.113 video sejak 7 Februari 2013 dengan pengikut 583.482 orang dan videonya sudah ditonton sebanyak 55.844.600 kali (socialblade, 2018b, 2018a, 2018c, 2018e).

Sumber lain dari Majalah Tempo Edisi 24 Juni 2018 membahas mengenai *platform* dakwah *Youtube* yang digunakan oleh beberapa ustaz seleb. Data yang dapat dihimpun adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Platform Dakwah Youtube Beberapa Ustaz

Nama Kanal	Dibuat pertama kali	Jumlah video	Jumlah pelanggan	Rata-rata pertambahan pelanggan per hari	Peringkat kanal berdasarkan pelanggan
Tafaqquh Video	17 Maret 2012	1.250	435.625	2.368	18.731
Khalid Basalamah	7 Februari 2013	1.108	480.977	1.081	16.840
Akhyar TV	20 Oktober 2016	135	104.031	376	75.643
Pemuda Hijrah	20 September 2017	79	131.870	699	61.139

Youtube sebagai *platform* media sosial berbasis video memiliki ketentuan khusus untuk para penggunanya bisa memonetisasi kanalnya. *Youtube Partner Program* (YPP) memberikan peraturan untuk kanal-kanal berisi video yang menyelipkan iklan untuk bisa mendapatkan pendapatan atau yang dikenal sebagai monetisasi *Youtube*. Untuk bisa monetisasi, sebuah video setidaknya harus ditonton sebanyak 4.000 jam dalam 12 bulan terakhir dan memiliki minimal 1.000 pengikut atau *subscribers* (Yusuf, 2018). Lebih lanjut, untuk pendapatan yang diperoleh, dapat dihitung melalui sistem *Cost Per Mille* (CPM) atau pendapatan per 1.000 impresi (jumlah iklan yang ditonton) (Ramadhan, 2018).

Google merilis kriteria yang spesifik untuk akun-akun yang dimonetisasi, seperti konten sesuai dengan pengiklan dan suatu konten harus orisinal atau jika milik orang lain harus mendapatkan izin untuk dikomersialisasikan. Syarat yang lain adalah konten yang diunggah harus sesuai dengan kebijakan dan persyaratan *Youtube* sehingga, jika ada konten yang tidak sesuai maka, kanal yang melanggar aturan tersebut dapat diblokir oleh pihak *Youtube* (Jurnalweb, 2018).

Diberlakukannya aturan tersebut oleh pihak *Youtube* terhadap kanal-kanal penggunanya, para ustaz yang terkenal melalui media sosial *Youtube* sudah masuk kualifikasi untuk kanal yang dimonetisasikan seperti pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Estimasi Pendapatan Hasil Monetisasi Youtube

Nama Kanal	Pengikut	Jumlah penonton (per 30 hari)	Estimasi pendapatan (per 30 hari)
UAS Daily Life	130.091	3.159.870	\$790 - \$12.600
Khalid Basalamah	583.482	1.817.700	\$454 - \$7.300
Ahyar TV	156.787	461.460	\$115 - \$1.800
Hanan Attaki	143.321	329.430	\$82 - \$1.300

Estimasi pendapatan hasil monetisasi kanal *Youtube* tersebut menggunakan kurs dolar sehingga, jika dirupiahkan setiap kanal *Youtube* yang dimonetisasi bisa menghasilkan pundi-pundi rupiah yang banyak. Monetisasi diperoleh melalui penempelan atau penyematan iklan melalui video *Google AdSense* dan sekaligus menyedot pendapatan dari para pelanggan hak cipta (Ramadhan, 2018). Dalam hal ini, sejumlah mubalig atau ustaz memang memanfaatkan media sosial lain untuk berdakwah seperti *Instagram*, *Facebook*, maupun *Twitter*. Walaupun demikian, *platform-platform* media sosial tersebut baru akan menghasilkan pundi rupiah apabila mereka mengampu produk komersial, dan ini tidak dilakukan serta berbeda dengan kecenderungan unggahan pada *Youtube*. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika *Youtube* menjadi *platform* media sosial pilihan yang populer di Indonesia dan secara tidak langsung mampu menjadikan para penggunanya menjadi mikroselebritas baru.

Circuit of Culture: Identitas Sosial dan Komodifikasi Media Baru

Circuit of culture adalah gagasan yang cukup populer dalam kajian media. Konsep ini awalnya digunakan sebagai alat analisis budaya oleh *British Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) yang kemudian dikembangkan sebagai dasar analisis untuk kajian budaya, media, dan identitas (Leve, 2012) economics and consumption, representation and identity. In studying a recent cultural phenomenon in government schools,

it became clear that a methodological tool that made sense of these interlinked processes was required. The Circuit of Culture (the Circuit. Di sisi lain, identitas sosial sendiri dimaknai sebagai bagian dari konsep individu yang berasal dari pengetahuan individu, dan pengetahuan ini adalah milik suatu kelompok sosial tertentu, bersamaan dengan nilai dan emosi yang melekat di dalamnya (Hogg, Terry, & White, 1995; Trepte, 2011).

Framework penelitian ini melihat tentang mubalig yang eksis melalui *Youtube* pada kenyataannya lebih mengena di hati masyarakat. Hal ini tidak luput dari identitas seorang mubalig dalam menyampaikan syiar agama kepada orang lain melalui *platform* media sosial yang populer. Identitas tersebut merupakan bentukan dari orang lain dan dijadikan acuan untuk diimplementasikan dalam dirinya sebagai bentuk kepuasan (Taylor, Demont-Heinrich, Broadfoot, Dodge, & Jian, 2002). Oleh karena itu, mengidentifikasi wacana tertentu melalui konten *Youtube* para mubalig tentunya perlu dicermati karena wacana-wacana yang dilontarkan memiliki peran dalam mengkonstruksi makna dan identitas yang terkandung di dalamnya (Woodward, 1997).

Berdasarkan konsep tersebut, perlu adanya pengamatan mengenai kecenderungan para mubalig di *Youtube* dalam memproduksi wacana-wacana dakwah sehingga, membentuk identitas melalui pemaknaannya. Dengan kata lain, identitas sosial dari para mubalig *Youtube* tersebut tidak serta-merta muncul ke permukaan, melainkan suatu proses strukturisasi wacana yang disampaikan sehingga, membentuk makna yang dapat diterima bagi penontonnya. Singkat kata, pesan yang dilontarkan para mubalig di *Youtube* adalah aspek komoditas utama sebagai modal monetisasi kanal *Youtube* sehingga, dapat menghasilkan pendapatan dari perusahaan *Youtube*.

Hanan Attaki misalnya, menggunakan wacana-wacana kekinian melalui pemilihan diksi yang sering digunakan generasi muda saat ini. Kanal ustaz Hanan Attaki selalu menggunakan diskursus anak muda sehingga

menarik banyak perhatian anak muda untuk mendengarkan seperti, *Ge'er, Biar Gak Fragile, No Judgement, Re-connect, Di Reject, Baper Itu Ketika*, dan sebagainya. Pemilihan diksi tentu digunakan bukan tanpa alasan ketika Hanan Attaki berceramah melalui *Youtube* ataupun secara langsung.

Terkait pandangan dalam perspektif linguistik kognitif, pemilihan atau penggunaan sebuah bahasa merupakan hasil produksi dari pikiran manusianya (Wierzbicka, 1992). Berdasarkan hal tersebut, maka kita bisa melihat tentang pola pikiran Hanan Attaki, yaitu pikiran yang merepresentasikan anak muda dengan pemilihan diksi-diksi yang mencerminkan fenomena saat ini. Identitas personal yang dibangun oleh Hanan Attaki pun tampak sangat kekinian sebagaimana sebuah identitas personal itu terbangun dari basis suatu hubungan dengan perilaku (Simon, 1992; Thoits, 1991). Menggunakan atribut penutup kepala, jaket yang dibuka dengan kaos, dan celana *Cargo* adalah identitas yang dibangun oleh Hanan Attaki sebagai representasi anak muda. Oleh karena itu, identitas sosial dari para pengikut ustaz Hanan Attaki ini selalu menunjukkan jiwa muda melalui cara berpakaian dan atribut fisik yang dikenakannya.

Ibrahim & Akhmad (2014) menjelaskan konteks agama tidak hanya dipahami secara substantif saja, melainkan juga secara fungsional, yang merujuk pada fungsi sosial, fungsi eksistensial, serta fungsi transenden. Agama tidak dapat dijelaskan hanya dengan satu ciri ataupun unsur inti, melainkan juga mampu menampilkan fungsi tertentu bagi individu secara khusus maupun masyarakat dalam lingkup yang lebih luas. Hasilnya, ketika menilik pada dimensi *cyberspace* saat ini, bagaimana agama sebagai dasar dalam berdakwah mampu melahirkan konsep agama *online* sebagai bentuk ekspresi religiositas dan spiritualisme para penganutnya.

Keberadaan para ustaz seleb ataupun mubalig *Youtube* merupakan bentuk optimalisasi terhadap penggunaan media komunikasi sosial. Perkembangan era siber memang menuntut masyarakat untuk dapat memanfaatkan media secara maksimal. Praktiknya, menyampaikan konten

dakwah yang biasa dilakukan secara langsung mampu “disulap” secara lebih praktis dengan disiarkan secara *online* melalui *Youtube*. Kondisi ini yang kemudian mendasari ekspresi keberagamaan masyarakat secara *online*, termasuk pula ketika melihat munculnya fenomena *cybertemple*, ritual *online*, maupun *e-vangelisme* (Ibrahim & Akhmad, 2014).

Kasus yang sama pun terjadi pada mubalig lain, seperti: ustaz Abdul Somad; ustaz Khalid Basalamah; dan ustaz Adi Hidayat. Monetisasi kanal *Youtube* mereka juga melalui proses pengelolaan media *Youtube* layaknya milik Hanan Attaki, tetapi dengan segmen yang lain. Salah satu tanda terhadap bentuk monetisasi pada media *Youtube* dapat dilihat melalui iklan yang terpapar di dalamnya. Jika video yang diunggah tersebut terdapat iklan ketika dimainkan, sudah dipastikan kanal *Youtube* tersebut sudah dimonetisasikan oleh pemiliknya.

Merujuk pada pemahaman tersebut, konsep Hall (1997) dapat digunakan untuk menganalisis optimalisasi media sosial *Youtube* terhadap aspek monetisasi yang dimunculkan di dalamnya. Terkait hal ini, mengambil salah satu kecenderungan dakwah ustaz Hanan Attaki misalnya, penggunaan *circuit of culture* secara khusus dapat dianalisis melalui lima tahapan penting, yaitu: representasi atau penggambaran; konsumsi; produksi; regulasi; dan identitas.

Pertama adalah representasi. Dalam hal ini, ustaz Hanan Attaki merepresentasikan simbol mubalig dengan gaya kekinian melalui pemilihan diksi dan wacana yang disampaikan kepada para jamaah atau pengikutnya di *Youtube*. Dia membuat cerminan anak muda yang saleh di usia muda dengan menjadi mubalig melalui media sosial *Youtube*.

Kedua, produksi. Produksi merupakan suatu upaya proses penciptaan sebuah wacana yang akan disajikan kepada khalayak. Dalam hal ini, produksi wacana keislaman yang gaul adalah bentuk dari upaya ustaz Hanan Attaki dalam menyampaikan dakwahnya, untuk selanjutnya diunggah ke dalam media *Youtube* sehingga bisa dinikmati oleh masyarakat luas.

Ketiga adalah konsumsi. Penjelasan konsumsi dalam hal ini mengacu pada proses pemerolehan, penggunaan, dan pelepasan suatu barang atau jasa. Dalam kasus ini, konsumsi yang dimaksud mencerminkan suatu keadaan yang ada di dalamnya kekuatan, ideologi, gender, dan kelas sosial untuk membentuk satu sama lain (Denzin, 2001). Hanan Attaki melalui media *Youtube* memberikan sebuah produk wacana keislaman yang kekinian dan siap dikonsumsi oleh para pecintanya.

Keempat adalah regulasi. Aspek ini memiliki kesan yang selalu berhubungan dengan aturan-aturan. Dalam konsep analisis media, regulasi yang dikemukakan ini memiliki dua bentuk, yaitu diformulasikan oleh kebijakan-kebijakan dan formula abstrak dari pola-pola citra atau penggambaran yang muncul (Hall, 1997b). Secara kebijakan, regulasi dalam hal mutlak dari aturan monetisasi *Youtube* dan aturan dalam UU ITE, tetapi secara abstrak, pola-pola yang mengatur adalah hubungan pencitraan diri dengan norma-norma yang berlaku. Dengan demikian, ustaz Hanan Attaki terkadang dianggap melanggar norma dan aturan dari pola-pola sebelumnya yang mencitrakan bahwa mubalig harus bersurban atau berpeci. Namun, pola-pola yang diwujudkan oleh ustaz Hanan Attaki adalah kekinian sehingga, menguatkan citra pemuda yang saleh.

Kelima, identitas. Identitas memiliki kesinambungan dengan regulasi dan konsumsi dalam konsep arus budaya ini. Hubungan sebab akibat identitas dengan regulasi dan konsumsi menciptakan suatu identitas sosial baru dari proses produksi dan konsumsi masyarakat terhadap media. Oleh karena itu, konten *Youtube* ustaz Hanan Attaki yang mencitrakan generasi muda yang saleh diproduksi sedemikian rupa dan dikonsumsi oleh pengikutnya. Kondisi ini menyebabkan terjadinya suatu identitas sosial baru bahwa saleh tidak selalu menggunakan peci, sorban, atau sarung. Namun, kesalehan itu adalah cara.

Terkait dengan identifikasi *circuit of culture* tersebut, monetisasi *Youtube* sebagai bentuk media dakwah tidak terlepas dari aspek komodifikasi

media. Dalam konteks ini, monetisasi *Youtube* yang dilakukan pada akhirnya memungkinkan *Youtube* untuk dimanfaatkan tidak hanya sebagai media yang digunakan, melainkan menjadikannya sebagai sumber penghasilan atas kriteria tertentu.

Mosco (2009) menyatakan bahwa komodifikasi adalah proses pengubahan pada sejumlah hal yang bersifat dihargai untuk penggunaannya, dan selanjutnya dapat dipasarkan sebagai sebuah produk. Contoh sederhana dalam bentuk komodifikasi ini adalah ketika cerita film ataupun novel dapat dijual sebagai sebuah produk yang laku di pasaran.

Aspek komodifikasi berkenaan dengan persepsi ekonomi politik klasik. Dalam hal ini, Adam Smith membedakan antara beberapa produk yang berasal dari kepuasan keinginan dengan kebutuhan tertentu manusia, yakni nilai guna dan nilai tukar. Komodifikasi bersumber pada konsep komoditas sebagai bentuk produk yang diproduksi dan diatur melalui proses pertukaran. Dengan demikian, komodifikasi dapat dimaknai sebagai proses mengubah nilai pakai menjadi nilai tukar (Mosco, 2009).

Melalui tahapan tersebut, kanal *Youtube* sejumlah mubalig *Youtube* atau ustaz seleb sukses memberikan suguhan kepada masyarakat. Selain itu, juga juga cenderung mengubah nilai guna media sebagai saluran komunikasi sekaligus menjadi media untuk mendapatkan keuntungan. Pun begitu dengan konten dakwah yang disampaikan, terlepas dari cara menyampaikan dakwah yang lebih kekinian, apik, lengkap dengan kemasan yang menarik bagi audiens. Dalam hal ini, *Youtube* mampu bertransformasi menjadi media sosial yang dapat memberikan penghargaan kepada saluran (kanal) *Youtube* yang memenuhi kriteria. Melalui monetisasi, *Youtube* memfasilitasi sekaligus menuntut kanal-kanal mubalig *Youtube* atau ustaz seleb menjadi terkenal, banyak menghasilkan *likes*, *subscribers*, dan *viewers* sehingga menghasilkan pendapatan dari pihak *Youtube* melalui iklan pada setiap video yang diunggah.

Akhirnya, ulasan tersebut merefleksikan adanya komodifikasi dalam penggunaan media sosial *Youtube*. Dalam kapasitas media dan konten yang disampaikan, komodifikasi dapat dilakukan secara bersamaan, seiring dengan audiens—dalam hal ini para umat muslim penikmat ceramah mubalig atau ustaz melalui *Youtube*—turut serta menjadi faktor penentu komodifikasi yang dilakukan.

Marx (Mosco, 2009), menganalisis dengan memulai konsep *capital* terhadap aspek komoditas. Marx (Mosco, 2009) menemukan bentuk paling eksplisit melalui representasi atas produksi kapitalis karena kapitalisme pada dasarnya muncul sebagai kumpulan dari komoditas-komoditas atas sesuatu yang menjadi produk dan representasi yang dimunculkan. Hal ini yang selanjutnya mendasari representasi atas syiar dakwah para mubalig *Youtube* menjadi terkesan berbeda. Tidak hanya sarat akan konten dakwah, tetapi juga dalam sisi yang berbeda, konten yang disampaikan memiliki kuasa atas kepentingan pemilik media.

Komodifikasi berkenaan dengan selera pasar. Sedikit meminjam istilah *marketing* atau pemasaran, pasar memerlukan sesuatu yang menarik dan mampu memikat konsumen. Walaupun demikian, komodifikasi tidak sama dengan komersialisasi yang cenderung hanya mengarah pada kekuatan iklan untuk memengaruhi. Begitu pula dengan tayangan ataupun dakwah melalui *Youtube*, yang bertugas untuk memengaruhi bukan iklan yang disematkan. Efek pesan tetap berjalan secara utama melalui pesan dakwah yang disampaikan. Akan tetapi, iklan yang melingkupi pesan dakwah yang disampaikan serta kuantitas *subscribers* dan *reviewers* sebagai audiens, turut memengaruhi kepentingan ekonomi berjalan di balik proses tersebut. Alhasil, komodifikasi memiliki sisi yang lebih luas, dengan konsep bahwa kepentingan ekonomi politik muncul sebagai manifestasi penting dalam prosesnya (Mosco, 2009).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Monetisasi media sosial *Youtube* adalah suatu hal yang menggiurkan untuk dilakukan. Hal ini karena *Youtube* menjanjikan untuk memberikan penghargaan berupa uang kepada setiap orang yang memiliki kanal *Youtube* dengan konten-konten yang menarik. Dengan kata lain, *Youtube* bisa menjadi salah satu lahan pekerjaan bagi masyarakat saat ini.

Dunia mubalig saat ini juga mengoptimalkan media *Youtube* sebagai lahan dakwah karena cukup efektif dan efisien. Muncul banyak sekali mubalig dengan mengunggah konten-konten dakwah, meskipun banyak juga dari konten-konten dakwah tersebut justru membingungkan masyarakat awam terhadap ajaran Islam yang disampaikan melalui konten *Youtubanya*.

Deretan ustaz yang cukup populer karena konten dakwahnya di *Youtube* adalah ustaz Abdul Somad, ustaz Khalid Basalamah, ustaz Adi Hidayat, dan Hanan Attaki. *Youtube* menyebabkan para mubalig ini menjadi mubalig *Youtube* yang terkenal dengan beberapa pengikut di kanal *Youtube* mereka. Meskipun tak jarang, masing-masing dari mereka terkadang memiliki perbedaan pandangan tentang ajaran Islam. Meskipun demikian, konten *Youtube* yang mereka munculkan tetap mampu dinikmati oleh kalangan-kalangan pecintanya.

Singkat kata, pada dasarnya dakwah dalam kanal *Youtube* telah dikomodifikasi melalui bentuk monetisasi yang ditawarkan. Hal ini merujuk pada perubahan nilai guna *Youtube* sebagai media yang selanjutnya dijadikan sebagai nilai tukar dalam kepentingan ekonomi. Dengan memanfaatkan konten dakwah sebagai pesan, jumlah penonton sebagai audiens media, *Youtube* memiliki kuasa untuk memberikan penghargaan kepada pemilik akun guna menghasilkan uang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan akun *Youtube* dan pesan yang disiarkan. Hal inilah

yang juga diikuti oleh beberapa mubalig atau ustaz yang menggunakan media *Youtube* sebagai sarana dakwah sehingga, untuk mendapatkan syiar agama sekarang sudah sangat dimudahkan, yaitu melalui *Youtube*. Sayangnya, perlu diingat bahwa *Youtube* tidak pernah bertanggung jawab atas konten dakwah yang diunggah. *Youtube* hanya bertanggung jawab untuk membayar konten-konten yang memiliki banyak penonton dan kanal-kanal yang memiliki banyak pengikut.

Saran

Di tengah banyaknya perbedaan persepsi mengenai ajaran Islam, memilih kanal sekaligus sumber yang jelas dan tepat adalah solusi untuk menghindarkan diri dari kebingungan, sekaligus meminimalisir efek negatif dari penggunaan *Youtube*. Melihat fenomena perkembangan media saat ini, siapapun seolah mampu menjadi mubalig atau ustaz karena kemudahan yang ditawarkan. *Youtube* salah satunya, mampu menjadi media yang mempermudah siapapun untuk mengunggah konten-konten dakwah. Terkait hal ini, sebagai penonton sekaligus konsumen pesan media, kita perlu memilih mubalig atau ustaz dan konten dakwah yang sesuai, memasang filter personal pada diri pribadi ketika mengakses konten dakwah di *Youtube*, serta merujuk kembali pada sumber-sumber primer dan teks keagamaan atas konten dakwah yang kita terima melalui media.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, C. (2018). Siapa 200 Mubaligh Kemenag Laik Naik Mimbar? Inilah Nama Mereka. Retrieved September 27, 2018, from www.tempo.co website: <https://nasional.tempo.co/read/1091243/siapa-200-mubaligh-kemenag-laik-naik-mimbar-inilah-nama-mereka>
- Bohang, F. K. (2018). Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia? Retrieved September 25, 2018, from www.kompas.com website:

<https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>

- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 263–281. <https://doi.org/10.24090/KOMUNIKA.V11I2.1369>
- Campbell, H. A., & Lövheim, M. (2011). Rethinking the Online–offline Connection in the Study of Religion Online. *Information Communication and Society*, 14(8), 1083–1096. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.597416>
- Chandra, E. (2017). Youtube, Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 406–417. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>
- Chen, G.-M., & Strarosta, W. J. (2005). *Foundations of Intercultural Communication* (2nd Ed). Lanham: University Press of Amerika.
- Dahlan, D. (2015). Dari Mana Asal Duit Para Youtuber? Retrieved September 26, 2018, from www.kompas.com website: <https://ekonomi.kompas.com/read/2015/09/17/060700726/Dari.Mana.Asal.Duit.Para.Youtuber.?page=all>
- Denzin, N. K. (2001). The Seventh Moment: Qualitative Inquiry and the Practices of a More Radical Consumer Research. *The Journal of Consumer Research*, 28, 324–330. <https://doi.org/10.1086/322907>
- Dwijaya, G. M., & Zuliestiana, D. A. (2017). Analisis Positioning Youtuber Indonesia Berdasarkan Persepsi Penonton Youtube dengan Menggunakan Metode Perceptual Mapping (Studi pada Kategori Entertainment dengan Konten Berbasis Vlog). *E-Proceeding of Management*, 4(3), 2267–2271.
- Fakhruroji, M. (2019). Muslims Learning Islam on the Internet. In M. Woodward & R. Lukens-Bull (Eds.), *Handbook of Contemporary Islam and Muslim Lives* (pp. 1–17). https://doi.org/10.1007/978-3-319-73653-2_70-1
- Hakiki, R. (2016). *Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

- Hall, S. (1997a). Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. In S. Hall (Ed.), *Culture, Media & Identities*. London: The Open University & Sage Publications Ltd.
- Hall, S. (1997b). The Centrality of Culture: Notes on the Cultural Revolutions of Our Time. In K. Thompson (Ed.), *Media and Cultural Regulation (Culture, Media and Identities Series)* (1st Ed). London: Sage Publications in Association with The Open University.
- Hartanto, A. D. (2018). Daftar Nama 200 Mubalig yang Dirilis Kemenag. Retrieved September 27, 2018, from www.tirto.id website: <https://tirto.id/daftar-nama-200-mubalig-yang-dirilis-kemenag-cKM7>
- Hogg, M. A., Terry, D. J., & White, K. M. (1995). A Tale of Two Theories: A Critical Comparison of Identity Theory with Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 58(4), 255–269. <https://doi.org/10.2307/2787127>
- Horsfield, P. (2018). Rethinking the Study of “Religion” and Media from an Existential Perspective. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 7(1), 50–66. <https://doi.org/10.1163/25888099-00701004>
- Huseina, F., & Slamab, M. (2018). Online Piety and Its Discontent: Revisiting Islamic Anxieties on Indonesian Social Media. *Indonesia and The Malay World*, 46(134), 80–93. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415056>
- Ibadah TV. (2017). Fatwa Yang Salah! Dibantah Oleh Ustadz Somad - Ustadz Adi Hidayat & Ustadz Firanda. Retrieved September 29, 2018, from www.youtube.com website: <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=dQVERTaHzNg>
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Imran, M., Castillo, C., Diaz, F., & Vieweg, S. (2015). Processing Social Media Messages in Mass Emergency: A Survey. *ACM Computing Surveys*, 47(4), A:1-A:36. <https://doi.org/10.1145/2771588>
- Ismail, A. I. (2017). Globalization of Da’wa (Initiating a New Paradigm of Da’wa in Global Competition Era). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR), 3rd Annual International Seminar and Conference on Global Issues (ISCoGI 2017)*, 140, 122–125. Retrieved from <https://www.atlantis-press.com/proceedings/iscogi-17/55916198>

- Jurnalweb. (2018). Kriteria Monetisasi Video Youtube. Retrieved September 29, 2018, from www.jurnalweb.com website: <https://www.jurnalweb.com/kriteria-monetisasi-video-youtube/>
- Kemp, S. (2018). Digital in 2018: World's Internet Users Pass the 4 Billion Mark. Retrieved September 29, 2018, from www.wearesocial.com website: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Khoiruzzaman, W. (2016). Urgensi Dakwah Media Cyber Berbasis Peace Journalism. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(2), 316–334. <https://doi.org/10.21580/jid.36i.2.1775>
- Leve, A. M. (2012). Circuit of Culture as a Generative Tools of Contemporary Analysis: Examining the Construction of an Education Commodity. *AARE APERA International Conference*, 12. Sydney: AARE APERA International Conference.
- liputan6. (2018). Headline: Daftar 200 Mubalig Versi Kemenag Tuai Polemik, Bakal Direvisi? Retrieved September 27, 2018, from www.liputan6.com website: <https://www.liputan6.com/news/read/3534945/headline-daftar-200-mubalig-versi-kemenag-tuai-polemik-bakal-direvisi>
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, Community, and Action: How Nonprofit Organizations Use Social Media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337–353. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x>
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication* (2 Ed). London: SAGE Publications Ltd.
- Nuridin. (2014). To Dakwah Online or Not to Dakwah Online, Da'i Dilemma in Internet Age. *Al Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 10(1), 21–34. <https://doi.org/10.24239/al-mishbah.Vol10.Iss1.34>
- Pardianto. (2013). Meneguhkan Dakwah Melalui New Media. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), 22–47. <https://doi.org/10.15642/jki.2013.3.1.%25p>
- Rahmadi, D. (2018). Ini Nama 200 Mubalig Rekomendasi Kemenag Masukan dari Tokoh Agama. Retrieved September 27, 2018, from www.merdeka.com website: <https://www.merdeka.com/peristiwa/ini-nama-200-mubalig-rekomendasi-kemenag-masukan-dari-tokoh-agama.html>

- Ramadhan, F. M. (2018). Rumus Pendapatan Platform Dakwah Abdul Somad dan 3 Dai Lain. Retrieved September 28, 2018, from tempo.co website: <https://grafis.tempo.co/read/1312/rumus-pendapatan-platform-dakwah-abdul-somad-dan-3-dai-lain>
- Ruths, D., & Pfeffer, J. (2014). Social Media for Large Studies of Behavior. *Science*, 346, 1063–1064. <https://doi.org/10.1126/science.1257756>
- Saputra, R., & Islamiyah, U. H. (2019). Da'wah Strategy Through Google Search Engine Optimization. *Islam Universalia: International Journal of Islamic Studies and Social Sciences.*, 1(1), 20–41. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3236457>
- Sawyer, R., & Chen, G.-M. (2012). The Impact of New Social Media on Intercultural Adaptation. *Intercultural Communication Studies*, 21(2), 151–169.
- Siegel, A. A. (2019). Islamic Activism in the Digital Age. *Article*, 1–14.
- Simon, R. W. (1992). Parental Role Strains, Salience of Parental Identity, and Gender Differences in Psychological Distress. *Journal of Health and Social Behavior*, 33(1), 25–35. <https://doi.org/10.2307/2136855>
- Sirajuddin, M. (2014). Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan). *Al-Iryad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 1(1), 1–97.
- socialblade. (2018a). Ahyar TV. Retrieved September 28, 2018, from www.socialblade.com website: <https://socialblade.com/youtube/channel/UCLgOKw4Xq1HdOW-aEejYBEg>
- socialblade. (2018b). Hanan Attaki. Retrieved September 28, 2018, from www.socialblade.com website: <https://socialblade.com/youtube/channel/UCIm0qD-5Yk38NM6KuQvfjQ>
- socialblade. (2018c). Khalid Basalamah. Retrieved September 28, 2018, from www.socialblade.com website: <https://socialblade.com/youtube/user/khalidbasalamah>
- socialblade. (2018d). Top 250 Youtuber in Indonesia Sorted by Subscribers. Retrieved September 28, 2018, from www.socialblade.com website: <https://socialblade.com/youtube/top/country/id/mostsubscribed>
- socialblade. (2018e). UAS Daily Life. Retrieved September 28, 2018, from www.socialblade.com website: <https://socialblade.com/youtube/channel/UCN4pcyRujIQ-uwRARubfgbw>

- Suharto. (2017). Media Sosial Sebagai Medium Komunikasi Dakwah. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 13(2), 229–244. <https://doi.org/10.24239/al-mishbah.Vol13.Iss2.86>
- Sumadi, E. (2016). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 173–190. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v1i2.2912>
- Taylor, B. C., Demont-Heinrich, C., Broadfoot, K. J., Dodge, J., & Jian, C. (2002). New media and the circuit of cyberculture: Conceptualizing Napster. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(4), 607–629. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4604_7
- Thoits, P. A. (1991). On Merging Identity Theory and Stress Research. *Social Psychology Quarterly*, 54(2), 101–112. <https://doi.org/10.2307/2786929>
- Trepte, S. (2011). Social Identity Theory. In J. Bryant & P. Vorderer (Eds.), *Psychologi of Entertainment* (pp. 225–272). New Jersey: Routledge.
- Wierzbicka, A. (1992). *Semantics, Cognition, and Culture*. London: Oxford University Press.
- Woodward, K. (1997). Concepts of Identity and Difference. In K. Woodward (Ed.), *Identity and Difference* (pp. 7–62). London: Sage Publications in Association with The Open University.
- Yoga S, S. (2015). Dakwah di Internet: Konsep Ideal, Kondisi Objektif, dan Prospeknya. *Al-Bayan: Media Kajian Dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 21(1), 56–70. <https://doi.org/10.22373/albayan.v21i31.148>
- Yusuf, O. (2018). Resmi, Syarat untuk Dapat Uang dari YouTube Makin Berat. Retrieved September 29, 2018, from www.kompas.com website: <https://tekno.kompas.com/read/2018/01/17/19303157/resmi-syarat-untuk-dapat-uang-dari-youtube-makin-berat?page=all>
- Zaini, A. (2013). Dakwah Melalui Internet. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 93–108. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v1i1.447>

KETENTUAN PENULISAN ARTIKEL

1. Artikel bersifat ilmiah berisi hasil riset empiris atau gagasan konseptual dan belum pernah dipublikasikan di sebuah jurnal. Artikel juga bukan merupakan satu bab utuh dari tesis atau disertasi.
2. Panjang artikel antara 15-30 halaman, tidak termasuk judul, abstrak (abstract), kata kunci (keywords), dan bibliografi.
3. Artikel terdiri dari beberapa bagian, yaitu: judul, nama penulis, abstrak (200-250 kata), kata kunci (maksimal 5 kata), dan bibliografi, dengan detail ketentuan sebagai berikut:
 - Penulisan judul tidak boleh lebih dari lima belas (15) kata.
 - Nama penulis ditulis lengkap tanpa gelar, dilengkapi dengan asal institusi, alamat korespondensi (e-mail address), serta nomor telephone/handphone.
 - Abstrak terdiri dari konteks diskursus area disiplin; tujuan penulisan artikel; metodologi (jika ada); temuan riset; kontribusi tulisan di dalam area disiplin. Abstrak ditulis dalam bahasa Inggris dan Indonesia.
 - Pendahuluan terdiri dari pemetaan penelitian terdahulu (literature review, sebaiknya temuan riset sepuluh tahun terakhir) dan novelty tulisan; batas permasalahan yang dibahas; dan argumentasi utama tulisan.
 - Pembahasan berisi proses reasoning argumentasi utama tulisan.
 - Kesimpulan berisi jawaban atas permasalahan tulisan, berdasarkan perspektif teoritis dan konseptual yang dibangun oleh penulis.
 - Referensi mencantumkan sumber pustaka yang menjadi rujukan.
 - Gaya kutipan menggunakan American Psychological Association (APA) 6th Edition, memakai model pengutipan body note (penulis tahun), dengan ketentuan detail sebagai berikut:

1. Book

Dalam referensi ditulis :

Azwar, S. (2016). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Di dalam kutipan ditulis : (Azwar, 2016)

2. Edited book(s)

Dalam referensi ditulis :

Cone, J. D. (1999). Observational assessment: Measure development and research issues. dalam P. C. Kendall, J. N. Butcher, & G. N. Holmbeck (Eds.), *Handbook of research methods in clinical psychology* (pp. 183-223). New York: Wiley.

Di dalam kutipan ditulis : (Cone, 1999)

3. E-book(s)

Dalam referensi ditulis :

Sukanta, P. O., ed. (2014). *Breaking the Silence: Survivors Speak about 1965-66 Violence in Indonesia (translated by Jemma Purdey)*. Clayton: Monash University Publishing. Diakses dari <http://books.publishing.monash.edu/apps/bookworm/view/Breaking+the+Silence%3A+Survivors+Speak+about+1965%E2%80%9366+Violence+in+Indonesia/183/OEBPS/cop.htm>, tanggal 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Sukanta, 2014)

4. Article of the Journal

a. Journal With Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Tekke, M., & Ghani, F. (2013). Examining Career Maturity Among Foreign Asian Students : Academic Level. *Journal of Education and Learning*. Vol. 7 (1), 29-34. DOI: <http://dx.doi.org/10.11591/edulearn.v7i1.173>

Di dalam kutipan ditulis : (Tekke & Ghani, 2013)

b. Journal Without Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Arbiyah, N., Nurwianti, F., & Oriza, D. (2008). Hubungan bersyukur dengan subjective well being pada penduduk miskin. *Jurnal Psikologi Sosial*, 14(1), 11-24.

Di dalam kutipan ditulis : (Arbiyanti, Nurwianti, & Oriza, 2008)

c. E-Journal

Dalam referensi ditulis :

Crouch, M. (2016). "Constitutionalism, Islam and the Practice of Religious Deference: the Case of the Indonesian Constitutional Court." *Australian Journal of Asian Law* 16, 2: 1-15. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2744394, diakses 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Crouch, 2016)

5. Article Website

a. Dengan Penulis

Dalam referensi ditulis :

Hendrian, D. (2016, Mei 2). *Memprihatinkan Anak Pengguna Narkoba Capai 14.000*. Retrieved September 27, 2017, from <http://www.kpai.go.id/berita/memprihatinkan-anak-pengguna-narkoba-capai-14-ribu/>

Di dalam kutipan ditulis : (Hendrian, 2016)

b. Tanpa Penulis

Six sites meet for comprehensive anti-gang initiative conference. (2006, November/December). OJJDP News @ a Glance. Retrieved from: http://www.ncjrs.gov/html/ojjdp/news_acglance/216684/topstory.html tanggal 10 Agustus 2012.

Di dalam kutipan ditulis : (http://www.ncjrs.gov/htmllojdp/news_acglance/216684/topstory.html, 2006)

6. Skripsi, Tesis, atau Disertasi Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Saifuddin, A. (2016). *Peningkatan Kematangan Karier Peserta Didik SMA Melalui Pelatihan Reach Your Dreams dan Konseling Karier* (Tidak Diterbitkan). Surakarta : Magister Psikologi Profesi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Saifuddin, 2016)

7. Manuskrip Institusi Pendidikan Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Nuryati, A., & Indati, A. (1993). *Faktor-faktor yang memengaruhi prestasi belajar*. Unpublished Manuscript, Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Nuryati & Indati, 1993)

4. Penulisan gaya pengutipan dihimbau menggunakan perangkat citation manager, seperti Mendeley, Zotero, EndNote, RefWorks, BibText dan lain sebagainya dengan memakai American Psychological Association (APA) 6th Edition.
5. Transliterasi bahasa Arab menggunakan standar International Journal of Middle Eastern Studies, detail transliterasi dapat diunduh di <http://ijmes.chass.ncsu.edu/docs/TransChart.pdf>
6. Artikel bebas dari unsur plagiat, dengan melampirkan bukti (screenshot) bahwa artikel telah dicek memakai piranti lunak antiplagiat, misalnya, tetapi tidak terbatas pada, plagiarism checker (plagiarisme.com).

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

ISSN : 2527- 5704 (P)

ISSN : 2527- 5682 (E)

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja
Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok
Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti

Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik
Kontinum Konseling Berbasis Alquran
Khilman Rofi Azmi

Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising
Ade Nur Rohim



Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)
Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Editor

Waryono Abdul Ghafur, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Soiman, Asosiasi Profesi Dakwah Indonesia (APDI)
Diajeng Laily Hidayati, Institut Agama Islam Negeri Samarinda
Akhmad Anwar Dani, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Ahmad Saifuddin, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Abraham Zakky Zulhazmi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id
Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Daftar Isi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok <i>Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti</i>	1 - 24
Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran <i>Khilman Rofi Azmi</i>	25 - 58
Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui <i>Digital Fundraising</i> <i>Ade Nur Rohim</i>	59 - 90
Mubalig <i>Youtube</i> dan Komodifikasi Konten Dakwah <i>Ferdi Arifin</i>	91 - 120
Literasi Digital sebagai Upaya Menangkal Hoaks di Era Disrupsi <i>Naimatus Tsaniyah, Kannisa Ayu Juliana</i>	121 - 140
Tren Pengembangan Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Transformasi IAIN Menjadi UIN Surakarta <i>Kamila Adnani</i>	141 - 168



LITERASI DIGITAL SEBAGAI UPAYA MENANGKAL HOAKS DI ERA DISRUPSI

Naimatus Tsaniyah¹

Kannisa Ayu Juliana²

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Abstract

Keywords:

digital literacy;
disruption era; hoax

One of the big problems facing this nation is the spread of hoaxes or fake news. This was triggered partly because of the strengthening of the post truth phenomenon and the ease of disseminating information through social media and conversation applications such as WhatsApp. This study intends to describe the use of digital literacy to counteract hoaxes in the era of disruption. This era was marked by information flooding, rapid and deep-seated changes, and the use of very high internet-based technology. The literature review is used as this research method. The conclusion of this study is that hoaxes can be resisted by developing massive digital literacy skills. Digital literacy skills include eight essential elements: cultural (understanding context), cognitive (expanding mind), constructive (creating positive things), communicative (capable of communicating and networking), confident (confident and responsible), creative (doing new things), critical (critically addressing content), civic (supporting the realization of civil society). The development and strengthening of digital literacy can be done especially in schools, campuses, and other educational institutions.

Alamat korespondensi:

e-mail: nikmahtsaniyah22@gmail.com

kannisaayujuliana@gmail.com

Abstrak

Kata kunci:
era disrupsi;
hoaks; literasi
digital

Salah satu persoalan besar yang dihadapi bangsa ini adalah merebaknya hoaks atau berita palsu. Hal tersebut dipicu antara lain karena menguatnya fenomena post truth dan kemudahan menyebarkan informasi melalui media sosial dan aplikasi percakapan seperti *WhatsApp*. Penelitian ini bermaksud menggambarkan penggunaan literasi digital untuk menangkal hoaks di era disrupsi. Era tersebut ditandai dengan banjir informasi, perubahan yang cepat dan mengakar, serta penggunaan teknologi berbasis internet yang sangat tinggi. Kajian literatur digunakan sebagai metode penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah hoaks dapat ditangkal dengan mengembangkan kemampuan literasi digital secara masif. Kemampuan literasi digital meliputi delapan elemen esensial: *cultural* (memahami konteks), *cognitive* (meluaskan pikiran), *constructive* (menciptakan hal positif), *communicative* (cakap berkomunikasi dan berjejaring), *confident* (percaya diri dan bertanggung jawab), *creative* (melakukan hal baru), *critical* (kritis menyikapi konten), *civic* (mendukung terwujudnya *civil society*). Pengembangan dan penguatan literasi digital dapat dilakukan terutama di sekolah, kampus, dan lembaga-lembaga pendidikan lain.

How to cite (APA 6th Style):

Tsaniyah, N., & Juliana, K. A. (2019). Literasi Digital Sebagai Upaya Menangkal Hoaks di Era Disrupsi. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 121–140. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1555>

PENDAHULUAN

Setiap aspek kehidupan selalu terdapat permasalahan. Permasalahan yang paling sering menjadi pembahasan saat ini dan memiliki dampak yang besar adalah hoaks. Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) melaporkan pada Januari 2019 ditemukan 109 hoaks, dengan rincian 58 hoaks politik, 7 hoaks kriminalitas, dan 19 bertema lain. Jumlah itu meningkat jika dibandingkan dengan jumlah hoaks pada Desember

2018, yakni 88 hoaks (Sani, 2019). Sebelumnya, masih menurut Mafindo, sepanjang 2018 terdapat 997 hoaks yang tersebar dan hampir setengahnya bertema politik (Samodro, 2019). Data yang disampaikan Mafindo menjadi semacam peringatan bagi setiap orang perihal masifnya hoaks yang tersebar dan bahaya yang mengikutinya.

Hoaks secara sederhana dimaknai sebagai berita bohong, berita yang tidak sesuai dengan kenyataan. Biasanya, berita tersebut tampil dengan kalimat bombastis, cenderung dibesar-besarkan. Seolah mengandung informasi yang benar, padahal kenyataannya tidak. Ali (2017) menuliskan bahwa meningkatnya persebaran hoaks di Indonesia adalah ketika media sosial semakin banyak digunakan oleh masyarakat.

Hoaks yang cukup sering beredar adalah hoaks bertema politik. Salah satu contoh hoaks bertema politik adalah hoaks yang tersebar pada pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017. Sebuah riset mencatat bahwa dari 15 hoaks, 14 di antaranya menyerang calon gubernur petahana, Basuki Tjahja Purnama (Ahok). Hoaks politik selama pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017 secara umum berisi tentang para kandidat yang berlaku curang atau tidak memenuhi syarat untuk menjadi pemimpin (Utami, 2018). Senada dengan riset tersebut, hoaks disebut sebagai alat kampanye dan propaganda pada pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017. Media sosial menjadi ladang persebaran hoaks. Jika tidak ditangani dengan baik, hoaks dapat memicu konflik (Sutantohadi & Wakhidah, 2017).

Tidak hanya di Indonesia, hoaks juga beredar pada pemilu Amerika Serikat tahun 2016. Hal ini terungkap pada penelitian yang menyatakan bahwa pada pemilu Amerika Serikat tahun 2016, hoaks paling banyak dibagikan di media sosial *Facebook* (Allcott & Gentzkow, 2017). Berita-berita palsu yang populer lebih banyak mengenai kebaikan Trump dibanding Hilary. Maka, tak mengherankan jika sejumlah pakar mengatakan kemenangan Trump adalah karena bantuan berita palsu/hoaks.

Mengapa hoaks begitu marak dan masif tersebar akhir-akhir ini? Kiranya terdapat banyak jawaban untuk pertanyaan tersebut. Namun, salah satu jawaban yang dapat diajukan adalah karena penggunaan internet (khususnya media sosial) yang semakin tinggi. Hal tersebut menjadi penanda era disrupsi. Disrupsi memantik lahirnya pola interaksi baru yang dianggap lebih inovatif dan masif. Disrupsi mengubah banyak hal, mulai dari pendidikan, politik, usaha, perbankan, transportasi, hingga perilaku dan sikap beragama (Bashori, 2018).

Berkaitan dengan disrupsi, terdapat sejumlah ciri disrupsi, misalkan teknologi mengubah manusia dari peradaban *time series* menjadi *real time*. Statistik *time series* atau deret berkala merupakan data yang digunakan untuk menginterpolasi data-data masa lalu sehingga dapat digunakan untuk memprediksi masa depan (Putra, 2018). Berbeda dengan zaman sekarang, ketika setiap sesuatu menjadi serba *real time*. Data dapat seketika terolah dalam *big data* serta secepat itu pula disimpulkan dan ditindaklanjuti. Ciri lain dari era disrupsi adalah masyarakat hidup pada era aset-aset konsumtif terbuka untuk digunakan secara bersama, saling berbagi dan berkolaborasi tanpa harus memiliki sumber daya sendiri. Teknologi masa lalu tidak memungkinkan untuk mendapatkan dan melakukan sesuatu dengan segera, harus melalui antrean sehingga membutuhkan waktu. Berbeda dengan saat ini, konsumen dapat memperoleh setiap hal yang dibutuhkan pada waktu itu juga. Teknologi dan pemanfaatan *big data* memungkinkan terjadinya kondisi tersebut (Putra, 2018).

Melihat ciri-ciri disrupsi dapat disimpulkan betapa cepat perubahan dunia. Termasuk dalam hal cara berkomunikasi di dunia digital yang dalam hal ini ditopang media sosial. Selain menyimpan peluang yang besar, media sosial tentu juga membawa tantangan tersendiri. Data Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel) menyebutkan hoaks paling banyak tersebar di media sosial (Librianty, 2017). Sebagian orang menganggap media sosial adalah sebuah wilayah tanpa batas. Sehingga, setiap orang merasa

bebas melakukan apa saja, termasuk menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya. Tidak mengherankan apabila beberapa orang dengan mudah membagikan hoaks dan menyebarkan ujaran kebencian di media sosial (Herawati, 2016).

Bicara media sosial, sebetulnya telah dikenal istilah *netiquette*, yang dapat diartikan sebagai etika berkomunikasi yang diimplementasikan di internet (Nasrullah, 2015). Prinsip, aturan, norma, dan etika komunikasi (konvensional) seharusnya juga diimplementasikan atau diterapkan ketika seseorang melakukan komunikasi di dunia maya atau media sosial. Permasalahan yang muncul dari penggunaan media sosial saat ini antara lain adalah persepsi sebagian pengguna yang membuat dikotomi atau pembagian yang ketat antara dunia maya dan dunia nyata. Mereka menganggap bahwa di balik setiap sesuatu yang bersifat virtual dan anonimitas seorang pengguna dapat berbuat semaunya, termasuk mencaci maki, melakukan perisakan (*cyber bullying*), menebar ujaran kebencian (*hate speech*), dan menyebar kabar bohong (*hoax*).

Terdapat banyak jenis media sosial, misalkan *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *WhatsApp*. Media sosial, atau dalam hal ini media berbasis aplikasi percakapan instan (*WhatsApp* misalnya), juga menjadi arena persebaran hoaks. Hal ini dapat dilihat pada riset yang menyoal cara perempuan memproses pesan hoaks penculikan anak di aplikasi *WhatsApp*. Perempuan cenderung memiliki motivasi yang tinggi untuk memproses pesan yang diterima karena mereka merasa terlibat dengan masalah tersebut. Meskipun demikian, motivasi untuk mengeksplorasi beragam argumen dan menikmati pemikiran kritis seringkali diabaikan. Dalam hal kemampuan, perempuan mampu berpikir kritis, tetapi pesan-pesan tentang penculikan anak cenderung bias oleh respons emosional daripada analisis atau kritik terhadap konten pesan. Jadi, ketika mereka menerima pesan hoaks tentang penculikan anak, mereka akan lebih mudah tergoda untuk mengirimnya lagi ke yang lain. Mereka menganggap seolah-olah tidak ada yang akan dirugikan karena ini tentang kemanusiaan (Ilahi, 2018).

Pertanyaan yang sering muncul adalah bagaimana menangkal hoaks atau informasi bohong di era yang bergerak sedemikian cepat ini? Terdapat banyak cara yang dapat dilakukan, di antaranya meningkatkan literasi masyarakat melalui peran aktif pemerintah, pemuka masyarakat dan komunitas, menyediakan akses yang mudah kepada sumber informasi yang benar atas setiap isu hoaks, melakukan edukasi yang sistematis, dan berkesinambungan serta tindakan hukum yang efektif bagi penyebarannya (Rahadi, 2017).

Pemerintah juga bisa mendukung komunitas anti hoaks yang sudah ada. Salah satu komunitas yang telah eksis adalah Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoaks (FAFHH). Sebuah riset mencatat dalam grup FAFHH, setiap orang dapat berpartisipasi dengan bertanya dan mengklarifikasi informasi yang diterimanya. Kategori pesan yang saling dibagi adalah informasi dengan beragam topik. Beberapa informasi yang terlihat seperti sebuah kebenaran dan bukan hoaks, setelah didiskusikan dan ditelusuri asal muasal serta dikaji dengan menggunakan berbagai rujukan yang terpercaya, ternyata termasuk kategori disinformasi, artinya bahwa penjelasan informasi tersebut kurang tepat. Anggota FAFHH cenderung mempunyai pemaknaan yang hampir sama terhadap sebuah pesan yang diterima, terlebih lagi apabila berkaitan dengan hoaks (Juditha, 2018).

Apabila bicara peran pemerintah, pada mulanya pemerintah memilih untuk mengambil jalan pintas dengan memblokir *web* yang diduga sering menyebarkan hoaks, provokasi, dan fitnah. Namun, langkah tersebut dinilai kurang tepat. Kemudian, pemerintah melakukan beberapa strategi lain untuk mencegah semakin merebaknya hoaks. Pemerintah membentuk lembaga nasional yang bertugas mengelola seluruh kegiatan siber yang melibatkan dan membawa dampak serta pengaruh bagi individu, organisasi, maupun perusahaan di Indonesia. Pemerintah juga mengadakan dan menjalin kerjasama dengan Dewan Pers dan *Facebook*, untuk membantu menangkal penyebaran hoaks (Siswoko, 2017).

Selain mengharapkan peran pemerintah, masyarakat sipil tentu saja dapat menghimpun diri dan melakukan sejumlah gerakan penanggulangan hoaks. Hal itu seperti yang dilakukan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) selama ini. Mafindo menggunakan strategi *crowdsourcing* dalam membatasi peredaran hoaks di Indonesia. Partisipasi masyarakat menjadi penting dalam pelaksanaan strategi *crowdsourcing*. Meski dinilai efektif, strategi *crowdsourcing* yang bersifat terbuka memiliki kekurangan. Kekurangan tersebut di antaranya kemungkinan adanya penyusup dan rendahnya komitmen anggota (Silalahi, Bestari, & Saputra, 2017).

Pada kajian yang lebih luas, literasi media dipercaya sebagai solusi atas masalah hoaks. Jalan utama untuk menanggulangi hoaks adalah dengan membangun kompetensi publik dalam menghadapi banjir informasi. Usaha membangun kompetensi publik dilakukan melalui literasi media (Gumilar, Adiprasetyo, & Maharani, 2017). Misalkan, literasi media dapat diberikan kepada setiap orang yang duduk di bangku SMA, sebagai kelompok usia yang menggunakan gawai secara intens.

Penggunaan gawai di kalangan anak muda hendaknya mendapatkan perhatian dari keluarga. Tujuannya adalah tentu agar mereka dapat memanfaatkan gawai dengan baik dan berdampak positif (Kurniawati & Baroroh, 2016). Para pengguna gawai berusia muda itu diarahkan untuk tidak menggunakan gawai sebagai piranti mengakses pornografi, tidak merisak sesama teman di media sosial, tidak menyebarkan kebohongan dan kebencian. Sejak dini mereka dibentuk untuk menjadi pribadi yang bertanggung jawab dengan gawai yang mereka gunakan. Sebab lingkungan keluarga punya andil dan pengaruh besar dalam masa tumbuh kembang mereka.

Literasi media bahkan dianggap belum memadai untuk menghentikan hoaks sehingga, perlu dipadukan dan diintegrasikan dengan meningkatkan pemahaman agama (Aliasari, 2017). Berkenaan dengan hoaks dan pemahaman agama, Islam sebetulnya memiliki konsep tabayun

atau verifikasi. Artinya, jika seseorang telah memiliki pemahaman agama Islam yang cukup mendalam, semestinya ia menjauhkan diri dari menyebarkan informasi yang masih simpang siur atau belum jelas kebenarannya. Ia akan mengecek berulang kali informasi yang meragukan. Sebab ia tahu jika hoaks sama berbahayanya dengan fitnah.

Upaya penanggulangan hoaks juga dapat dilakukan dengan cara-cara yang populer, misalnya dengan membuat komik strip (Saputro & Haryadi, 2018). Komik strip dianggap efektif karena merupakan medium yang dekat anak muda dan mudah disebarkan di dunia maya (media sosial). Hasil penelitian menunjukkan pengguna media pada kelompok usia 15-30 tahun memiliki kecenderungan yang lebih tinggi dalam mengonsumsi dan mempercayai berita bohong atau hoaks (Manalu, Pradekso, & Setyabudi, 2018). Maka, sudah seyogyanya kampanye anti hoaks dikemas dengan cara-cara atraktif dan selaras dengan perkembangan zaman.

Perguruan tinggi, sebagai lembaga pendidikan, dapat pula turut serta melakukan perang melawan hoaks. Misalnya, seperti yang dilakukan program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Yogyakarta dengan program ADUIN (Advertising UIN Sunan Kalijaga) Fest 2017 “*Nyepik Becik*” (Pikirkan Apa yang Kamu Katakan) (Astuti, 2017). Karya kreatif yang dihasilkan pada kegiatan tersebut untuk melawan hoaks antara lain berupa *print-ad*, TVC, dan film pendek. Program tersebut juga berisikan sejumlah acara pendukung, yaitu *awarding night*, *sharing session*, pameran karya, dan seminar.

Inisiatif lain yang dapat dilakukan adalah dengan merancang web klarifikasi berita (Firmansyah, 2017). Kecanggihan teknologi yang berpadu dengan ketersediaan sumber daya manusia memungkinkan perancangan web untuk mengklarifikasi informasi yang masih diragukan kebenarannya. Semakin banyak masyarakat terlibat dalam penanganan hoaks tentu semakin baik. Pasalnya, apabila hanya mengandalkan peran pemerintah saja tentu tidak memadai untuk melemahkan hoaks di era disrupsi seperti saat ini.

Sejumlah riset mengenai hoaks dan langkah-langkah penanganannya telah dilakukan. Hanya saja belum terdapat riset yang secara spesifik membahas penanganan hoaks dengan literasi digital. Kebaruan yang dihadirkan penelitian ini adalah mengenai literasi digital sebagai solusi masalah hoaks yang sudah sedemikian mengkhawatirkan. Literasi digital yang dimaksud adalah literasi digital yang dijalankan secara kontinu, bukan artifisial dan simbolis.

Penelitian-penelitian terdahulu perihal literasi digital telah dilakukan. Salah satunya adalah penelitian yang menyebut bahwa literasi digital yang baik dapat berpengaruh pada kondisi psikologis remaja dan anak-anak (Pratiwi & Pritanova, 2017). Jika literasi digital diberikan secara tepat dimungkinkan dapat mencegah remaja dan anak-anak untuk melakukan hal-hal negatif di dunia maya, seperti menghina orang lain, berbahasa tidak sopan, merisak, dengki, menyebar informasi palsu, dan hal-hal negatif lain.

Literasi digital dalam arti sempit, yakni mampu mengoperasikan secara optimal teknologi digital. Pembahasan tersebut dapat dibaca dalam penelitian mengenai hubungan literasi digital dan *self directed learning* mahasiswa (Akbar & Anggaraeni, 2017). Dapat pula dibaca pada penelitian tentang literasi digital dan penggunaan media sosial oleh anak remaja (Stefany, Nurbani, & Badarrudin, 2017). Pada dua penelitian tersebut literasi digital berada pada ranah praktis, belum mencakup makna literasi digital dengan semangat kritisisme di dalamnya.

Penelitian lain menemukan literasi digital telah memberikan dampak positif bagi pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan dalam menggunakan media sosial yang kini menjadi sumber informasi khalayak, terutama generasi muda (Silvana & Darmawan, 2018). Generasi muda dianggap sebagai generasi yang rentan dalam menyalahgunakan media sosial dan internet, mengingat interaksi mereka yang intens dengan sosial media. Mereka diharapkan dapat memahami pesan-pesan yang tersebar di media sosial yang memiliki lapis-lapis makna. Di sanalah peran literasi digital dibutuhkan.

Literasi digital dianggap mutlak diberikan agar media baru (internet) benar-benar menghadirkan manfaat bagi penggunanya (Rianto, 2016). Terlebih lagi jika berkaca pada kenyataan bahwa individu-individu di masa sekarang sangat aktif dalam mencari informasi. Pada satu sisi, keaktifan dalam mencari informasi tersebut adalah suatu sikap yang baik. Akan tetapi, apabila tanpa bekal literasi digital yang cukup, individu-individu yang aktif mencari informasi itu berpotensi tersesat. Melalui literasi digital diharapkan masyarakat tidak hanya berlaku kritis dalam mengakses informasi dan tidak hanya bersandar pada satu sumber informasi (perspektif tunggal) (Rianto, 2016).

Mencermati penelitian terdahulu tentang literasi digital seperti yang sudah dibahas tersebut, terlihat belum adanya penelitian yang secara khusus membahas literasi digital dalam kaitannya dengan hoaks. Fokus penelitian ini adalah tentang pemanfaatan literasi digital untuk penanggulangan hoaks di era disrupsi. Bagaimanapun, kabar bohong sudah disebarkan sejak dahulu kala, dengan medium berbeda-beda. Internet yang membawa arus besar gelombang informasi menjadikan era disrupsi ini banjir dengan pelbagai macam berita, termasuk berita bohong atau hoaks.

METODE PENELITIAN

Riset ini adalah riset kualitatif deskriptif. Studi pustaka dipilih sebagai metode pengumpulan data. Menggunakan cara tersebut peneliti ingin menggambarkan penggunaan literasi digital untuk menangkal hoaks di era disrupsi. Peneliti menggunakan buku, catatan, laporan, koran, majalah, jurnal dan internet yang sesuai dengan tema riset ini sebagai rujukan. Setelah data yang diperoleh dianggap memadai, selanjutnya data diolah untuk kemudian disimpulkan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Delapan Elemen Esensial Literasi Digital

Belshaw (2011) merumuskan delapan elemen esensial literasi digital, yakni *cultural* (memahami konteks), *cognitive* (meluaskan pikiran), *constructive* (menciptakan hal positif), *communicative* (cakap berkomunikasi dan berjejaring), *confident* (percaya diri dan bertanggung jawab), *creative* (melakukan hal baru), *critical* (kritis menyikapi konten), dan *civic* (mendukung terwujudnya civil society).

Elemen *cultural* dapat dimaknai dengan kemampuan memahami beragam macam konteks digital. Misalnya, seorang mahasiswa yang mampu mengikuti perkuliahan dengan metode *e-learning*. Atau, contoh yang lebih sederhana, seseorang dapat berkomunikasi dengan teman dan koleganya melalui Facebook. Ringkasnya, hal ini terkait masalah teknis, tentang “melek internet”. Artinya, dengan literasi digital diharapkan seseorang tidak gagap di hadapan internet dengan segala varian dan perkembangannya yang cepat.

Selanjutnya adalah *cognitive* atau yang dapat diartikan sebagai sikap memperluas cakrawala berpikir. Elemen ini merupakan elemen dasar dari literasi. Sudah semestinya literasi mampu meluaskan pikiran seseorang. Luasnya cakrawala berpikir menuntun orang untuk semakin berhati-hati dalam bertindak. Jika dikaitkan dengan konteks digital, sebagaimana diketahui dunia digital dan media sosial menyimpan permasalahan yang kompleks. Tidak hanya hoaks, namun juga radikalisme, ujaran kebencian, *cyberbullying*, kecanduan *gadget*, pornografi, *cyber crime*, dan sejenisnya. Berbekal luasnya pengetahuan, seseorang akan menjadi lebih terlindungi ketika memanfaatkan internet.

Constructive atau menciptakan hal positif, berarti melakukan hal-hal bermanfaat dengan perantara internet. Bagaimanapun, internet adalah sesuatu yang bebas nilai sehingga, positif dan negatifnya internet

kembali kepada pengguna. Oleh karena itu, literasi digital berupaya terus mendorong para pengguna untuk menciptakan hal positif. Pada konteks Indonesia, dapat ditemukan sejumlah orang telah memanfaatkan internet untuk hal-hal konstruktif. Kemunculan gerakan filantropi yang digerakkan di media sosial adalah salah satu contoh di antara sekian banyak contoh.

Adapun elemen *communicative*, *confident* dan *creative* memiliki makna jika seseorang telah terliterasi secara digital maka, ia hendaknya mampu berkomunikasi dengan baik, bertanggung jawab, dan mampu menghadirkan inovasi. Sedangkan, elemen *critical* mensyaratkan pengguna internet tidak hanya menggunakan jempol dalam mengoperasikan gawai atau laptop namun, juga mengaktifkan nalar kritisnya. Terakhir, *civic* berarti internet mampu dijadikan alat untuk menciptakan masyarakat madani atau tatanan sosial yang lebih baik.

Delapan elemen literasi digital yang dikemukakan Belshaw(2011) tersebut dapat menjadi pijakan untuk memahami mekanisme atau cara kerja literasi digital. Pada perkembangannya, literasi digital dapat dimanfaatkan untuk sejumlah kepentingan. Literasi digital untuk membendung radikalisme, menangkal *cyberbullying*, menanggulangi hoaks, dan sebagainya. Pada penelitian ini dijabarkan tentang proses literasi digital yang dimanfaatkan untuk menangkal hoaks di era disrupsi.

Sejumlah pakar berbeda pendapat terkait permasalahan atau fenomena laju teknologi dan pola komunikasi di internet (media sosial). Wilhem membagi perbedaan pendapat tersebut menjadi tiga perspektif, yaitu *utopian*, *dystopian* dan *technorealism*. Pandangan *utopian* menganggap bahwa internet berpengaruh terhadap seluruh aspek kehidupan dan perilaku manusia. Internet dinilai memberikan arah dan cara baru dalam berkomunikasi. Adapun kelompok *dystopian* menganggap bahwa internet telah menyebabkan kekacauan komunikasi manusia, mengaburkan nilai-nilai, serta merusak ikatan emosional (berpengaruh hingga dunia nyata). Sedangkan kelompok *technorealism* mengambil sikap di antara kedua

kelompok tersebut. Kata kunci penting dari kelompok ini adalah “kritik”. Ini berarti internet dan segala pernik-perniknya dapat diterima, tetapi kritik tetap harus diberikan (Nasrullah, 2015).

Mengacu pada pembagian pandangan terhadap internet dan media sosial, kiranya cara pandang *technorealism* sejalan dengan gerakan literasi digital. Keduanya sama-sama melakukan kritik terhadap penggunaan media sosial dan internet. Internet tidak ditolak mentah-mentah, tidak pula diikuti habis-habisan. Sisi positif dan negati internet dihadapi dengan kritisisme dan bekal pengetahuan yang memadai.

Implementasi Literasi Digital untuk Menangkal Hoaks di Era Disrupsi

Salah satu elemen esensial literasi digital adalah *critical* atau kritis dalam menyikapi konten. Elemen ini menjadi elemen yang paling menentukan dalam menangkal hoaks. Kritis artinya tidak menelan mentah-mentah informasi yang didapat dari internet, termasuk di media sosial dan aplikasi percakapan. Pada praktiknya, pengguna internet dipantik untuk selalu kritis dan skeptis, terutama pada konten-konten yang bersifat terlalu bombatis, kurang masuk akal, dan bernuansa kebencian. Sebab bisa jadi konten yang demikian mengandung hoaks atau informasi manipulatif.

Sejak kapan literasi digital yang berbasis kritisisme diberikan? Hendaknya sedini mungkin, terlebih saat ini kita mudah menemukan kanak-kanak yang sudah terbiasa mengoperasikan gawai yang terkoneksi internet. Menangkal hoaks juga berkaitan dengan pendidikan karakter. Anak-anak mesti dilatih jujur sedari kecil. Peran guru dan orangtua sangat penting pada fase itu.

Perkembangan teknologi yang ditandai dengan menguatnya penggunaan media sosial telah banyak mengubah pola komunikasi dan pengetahuan digital pada anak-anak dalam keluarga. Terlebih pada anak-anak yang tumbuh di era digital seperti sekarang ini. Mereka menggunakan

gawai yang kadang tanpa pengawasan orang tua. Oleh karena itu, diperlukan berbagai langkah untuk merespons fenomena tersebut, salah satunya adalah dengan gerakan literasi digital. Gerakan itu tidak sebatas mengenalkan anak-anak pada dunia maya, tetapi juga mengajarkan anak-anak untuk bisa ikut mereproduksi atau menciptakan konten-konten kreatif dan positif.

Diperlukan peran aktif orang tua mendukung gerakan literasi digital bagi anak (Alia & Irwansyah, 2018; Sunita & Mayasari, 2018). Para orang tua harus lebih banyak menyediakan waktu khusus, ketika anak-anaknya menggunakan gawai dan berselancar di internet. Para orang tua harus bisa memberikan penjelasan tentang berbagai perilaku kreatif yang dapat dilakukan hingga berbagai aspek yang harus dihindari dari penggunaan teknologi informasi. Termasuk kemudian ikut aktif memilih dan memilih fitur-fitur teknologi mana saja yang bermanfaat dan mana yang harus dihindari oleh anak-anaknya. Sehingga, para orang tua bisa terlibat aktif menerapkan proses verifikasi sebelum membagikan konten. Ini selaras dengan elemen *communicative*, *confident* dan *creative* seperti yang dikemukakan Belshaw (2011).

Selanjutnya, orang dapat pula menyisipkan pesan-pesan moral tentang kejujuran ketika mendampingi anak (Putri, 2018). Orang tua menjelaskan kepada anak-anak tentang bahaya menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya. Hal tersebut merupakan wujud pengembangan elemen *cognitive* dan *constructive* Belshaw (2011). Sejak awal anak-anak harus diberi pengetahuan bahwa hal yang utama bukanlah bisa mengetahui cara mendapatkan informasi namun mengetahui cara menyeleksi informasi sesuai kebutuhan.

Pada tataran yang lebih formal, literasi digital perlu dimasukkan sebagai salah satu mata pelajaran atau mata kuliah. Gagasan tersebut berkaca dari besarnya tantangan yang akan dihadapi peserta didik/generasi muda di era digital. Sebagaimana disebutkan di awal, generasi muda tidak

hanya berhadapan dengan hoaks, tapi juga ujaran kebencian, radikalisme, cyberbullying, dan sejenisnya. Maka, bekal literasi digital mutlak untuk mereka miliki (Silvana & Darmawan, 2018; Wahono & Effrisanti, 2018). Sehingga, kita tidak lagi mendengar kasus remaja bunuh diri karena depresi setelah dirisak di *Instagram* atau menjadi korban penculikan setelah berkenalan di *Facebook* atau dipenjara karena menyebar berita palsu atau diamankan pihak kepolisian karena mencaci kepala negara di media sosial.

Meski berbasis kritisisme, secara mendasar, literasi digital berkaitan dengan “melek internet”. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang pesat berdampak pada penelusuran sumber informasi berbasis digital sebagai sebuah pekerjaan yang cukup rumit bagi pengguna yang belum terbiasa berinteraksi dengan sumber-sumber tersebut. Maka, hal-hal teknis dan elementer harus sudah selesai terlebih dahulu. Sebelum nantinya bergerak ke elemen-elemen berikutnya.

Pada level nasional, pihak-pihak terkait semestinya mengambil bagian dalam gerakan literasi digital. Sayangnya, sampai sekarang belum banyak pihak yang secara serius fokus mengelola literasi digital. Salah satu lembaga yang paling bertanggung jawab dalam gerakan literasi digital adalah Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). Hari ini, Kemenkominfo bekerja sama dengan sejumlah lembaga menginisiasi laman *literasidigital.id*. Pada laman tersebut tersedia buku-buku tentang literasi digital yang dapat diunduh gratis. Di antara judul-judul buku itu adalah: *Internet Sehat Pedoman Berinternet Sehat, Aman, Nyaman dan Bertanggungjawab, Kerangka Literasi Digital Indonesia, Kajian Dampak Media Sosial bagi Anak dan Remaja, Eksploitasi Seksual Pada Anak Online, Sebuah Pemahaman Bersama, Literasi Digital Keluarga, Antisipasi Hoaks, Digital Parenting: Mendidik Anak di Era Digital*. Tersedia pula video dan inforafis yang mudah diakses.

Upaya yang dilakukan Kemenkominfo beserta lembaga-lembaga pendukung tersebut kiranya dapat direplikasi oleh lembaga lain. Medium yang dipilih *literasidigital.id* sangat tepat untuk generasi muda, terutama

yang berupa video dan infografis. Dua medium itu merupakan medium yang dekat dan disukai generasi muda hari ini.

Literasi digital diibaratkan sebagai vaksin untuk menjaga daya tahan tubuh (Heryanto, 2017). Sedangkan, hoaks seperti penyakit yang bisa menyerang siapa saja dan kapan saja. Jika telah diberi vaksin, seseorang setidaknya menjadi lebih terlindungi dari pelbagai penyakit. Demikian juga dengan hoaks dan literasi digital. Saat tameng literasi digital sudah disiapkan, harapannya hoaks tidak dapat menyerang masuk. Berpegang pada literasi digital, diharapkan seseorang mampu menyaring sebuah informasi, apakah informasi itu masuk akal atau tidak; punya landasan argumentasi, data, fakta atau tidak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian adalah bahwa literasi digital bukan hanya perkara “melek internet” atau cakap memanfaatkan internet (untuk berkomunikasi, jual-beli, mengunduh referensi, dan sebagainya), tapi juga tentang kemampuan memilah berita/informasi. Era disrupsi yang ditandai dengan banjir informasi menjadikan filter informasi tidak semudah era sebelumnya ketika internet belum digunakan secara masif. Sehingga tidak mengherankan jika hoaks begitu mudah tersebar di masa sekarang yang pada tataran tertentu dapat memecah belah masyarakat, mengingat sifat hoaks yang destruktif.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menangkal hoaks adalah dengan mengembangkan delapan elemen esensial literasi digital, yakni *cultural* (memahami konteks), *cognitive* (meluaskan pikiran), *constructive* (menciptakan hal positif), *communicative* (cakap berkomunikasi dan berjejaring), *confident* (percaya diri dan bertanggung jawab), *creative* (melakukan hal baru), *critical* (kritis menyikapi konten), *civic* (mendukung terwujudnya civil society). Pengembangan literasi digital dapat menyasar

anak-anak muda, sebagai kalangan yang banyak memanfaatkan internet (sosial media). Pengembangan tersebut kiranya dapat dilakukan di sekolah, universitas dan lain-lain. Misalnya, dengan menjadikan literasi digital sebagai salah satu mata pelajaran atau mata kuliah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dirumuskan saran untuk beberapa pihak. Pertama, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terkait efektivitas dan dampak dari literasi digital, baik dengan pendekatan kuantitatif, eksperimen, maupun kualitatif. Kedua, institusi pendidikan dapat merancang suatu kegiatan yang memuat komponen pembelajaran literasi digital. Ketiga, meningkatkan edukasi terhadap orang tua agar dapat menerapkan literasi digital kepada anak sedini mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., & Anggaraeni, F. D. (2017). Teknologi dalam Pendidikan: Literasi Digital dan Selfdirected Learning pada Mahasiswa Skripsi. *Jurnal Indigenous*, 2(1), 28–38. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v1i1.4458>
- Ali, M. (2017). Antara Komunikasi, Budaya dan Hoax. In A. Wahyudin & M. Sunuantari (Eds.), *Melawan Hoaks di Media Sosial dan Media Massa*. Yogyakarta: Trust Media Publishing & Askopis Press.
- Alia, T., & Irwansyah. (2018). Pendampingan Orang Tua pada Anak Usia Dini dalam Penggunaan Teknologi Digital. *A Journal of Language, Literature, Culture and Education*, 14(1), 65–78. <https://doi.org/10.19166/pji.v14i1.639>
- Aliasari. (2017). Pengaruh Pemahaman Keagamaan dan Literasi Media terhadap Penyebaran Hoax di Kalangan Mahasiswa. *JKPI: Jurnal Komunikasi Islam Dan Kebumasan*, 1(2), 126–147. <https://doi.org/10.19109/jkpi.v1i2.2197>

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Astuti, Y. D. (2017). Peperangan Generasi Digital Natives Melawan Digital Hoax Melalui Kompetisi Kreatif. *Informasi*, 47(2), 229–242. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i2.16658>
- Bashori, K. (2018). Pendidikan Politik di Era Disrupsi. *Sukma: Jurnal Pendidikan*, 2(2), 287–310. <https://doi.org/10.32533/02207.2018>
- Belshaw, D. A. J. (2011). *What is 'Digital Literacy'? A Pragmatic Investigation*. Durham University.
- Firmansyah, R. (2017). Web Klarifikasi Berita Untuk Meminimalisir Penyebaran Berita Hoax. *Jurnal Informatika*, 4(2), 230–235. <https://doi.org/10.31311/ji.v4i2.2138>
- Gumilar, G., Adiprasetyo, J., & Maharani, N. (2017). Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 35–40.
- Herawati, D. M. (2016). Penyebaran Hoax dan Hate Speech sebagai Representasi Kebebasan Berpendapat The Spread of Hoax and Hate Speech as The Representation of Freedom of Opinions Abstract : Abstraksi : *Promedia: Jurnal Public Relation Dan Media Komunikasi*, 11(2), 138–155.
- Heryanto, G. G. (2017). Bisnis Hoaks dan Literasi Digital. Retrieved May 29, 2019, from mediaindonesia.com website: <https://mediaindonesia.com/read/detail/120440-bisnis-hoaks-dan-literasi-digital>
- Ilahi, H. N. (2018). Women and Hoax News Processing on WhatsApp. *JSP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 98–111. <https://doi.org/10.22146/jsp.31865>
- Juditha, C. (2018). Interaksi Simbolik Dalam Komunitas Virtual Anti Hoaks Untuk Mengurangi Penyebaran Hoaks. *Jurnal (PIKOM) Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 19(1), 17–32. <https://doi.org/10.31346/jpkp.v19i1.1401>
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51–66.

- Librianty, A. (2017). Survei: Media Sosial Jadi Sumber Utama Penyebaran Hoax. Retrieved May 27, 2019, from www.liputan6.com website: <https://www.liputan6.com/tekno/read/2854713/survei-media-sosial-jadi-sumber-utama-penyebaran-hoax>
- Manalu, S. R., Pradekso, T., & Setyabudi, D. (2018). Understanding the Tendency of Media Users to Consume Fake News. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 1–16. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1322>
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. In *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-3137-4>
- Pratiwi, N., & Pritanova, N. (2017). Pengaruh Literasi Digital terhadap Psikologis Anak dan Remaja. *Jurnal Semantik*, 6(1), 11–24. <https://doi.org/10.22460/semantik.v6i1.p11-24>
- Putra, R. M. D. (2018). Inovasi Pelayanan Publik di Era Disrupsi (Studi tentang Keberlanjutan Inovasi E-Health di Kota Surabaya). *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 6(2), 1–13.
- Putri, D. P. (2018). Pendidikan Karakter pada Anak Sekolah Dasar di Era Digital. *Ar-Riyah: Jurnal Pendidikan Dasar*, 2(1), 37. <https://doi.org/10.29240/jpd.v2i1.439>
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoaks di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Rianto, P. (2016). Media Baru, Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media. *Jurnal Komunikasi*, 1(2), 90–96. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v1i2.54>
- Samodro, D. (2019). Mafindo Sebut Ada 997 Hoax Sepanjang 2018. Retrieved May 28, 2019, from www.antaranews.com website: <https://www.antaranews.com/berita/811092/mafindo-sebut-terjadi-997-hoaks-sepanjang-2018%0A>
- Sani, A. F. I. (2019). Mafindo Sebut Kabar Hoaks Politik Meningkat di Januari. Retrieved May 27, 2019, from nasional.tempo.co website: <https://nasional.tempo.co/read/1185261/mafindo-sebut-kabar-hoaks-politik-meningkat-di-januari/full&view=ok>
- Saputro, G. E., & Haryadi, T. (2018). Edukasi Kampanye Anti Hoax Melalui Komik Strip. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan*, 03(02), 94–111. <https://doi.org/10.24002/demandia.v3i2.1322>

org/10.25124/demandia.v3i02.1550

- Silalahi, R. R., Bestari, P., & Saputra, W. T. (2017). Karakteristik Strategi Crowdsourcing untuk Membatasi Penyebaran Hoaks di Indonesia Studi Kasus: Masyarakat Anti Fitnah Indonesia. *MetaCommunication; Journal Of Communication Studies*, 2(2), 128–154.
- Silvana, H., & Darmawan, C. (2018). Pendidikan Literasi Digital di Kalangan Usia Muda di Kota Bandung. *Pedagogia: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 16(2), 146–156. <https://doi.org/10.17509/pgdia.v16i2.11327>
- Siswoko, K. H. (2017). Kebijakan Pemerintah Menangkal Penyebaran Berita Palsu atau “Hoax.” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 13–19. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.330>
- Stefany, S., Nurbani, & Badarrudin. (2017). Literasi Digital dan Pembukaan Diri: Studi Korelasi Penggunaan Media Sosial Pada Pelajar Remaja di Kota Medan. *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 2(1), 10–31.
- Sunita, I., & Mayasari, E. (2018). Pengawasan Orangtua Terhadap Dampak Penggunaan Gadget pada Anak. *Jurnal Endurance*, 3(3), 510–514. <https://doi.org/10.22216/jen.v3i3.2485>
- Sutantohadi, A., & Wakhidah, R. (2017). Bahaya Berita Hoax dan Ujaran Kebencian Pada Media Sosial Terhadap Toleransi Bermasyarakat. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.32486/jd.v1i1.153>
- Utami, P. (2018). Hoax in Modern Politics: The Meaning of Hoax in Indonesian Politics and Democracy. *JSP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 85–97. <https://doi.org/10.22146/jsp.34614>
- Wahono, H. T. T., & Effrisanti, Y. (2018). Literasi Digital di Era Millenial. In A. Prianto (Ed.), *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran STKIP PGRI Jombang* (Vol. 4, pp. 185–193). Jombang: STKIP PGRI Jombang.

KETENTUAN PENULISAN ARTIKEL

1. Artikel bersifat ilmiah berisi hasil riset empiris atau gagasan konseptual dan belum pernah dipublikasikan di sebuah jurnal. Artikel juga bukan merupakan satu bab utuh dari tesis atau disertasi.
2. Panjang artikel antara 15-30 halaman, tidak termasuk judul, abstrak (abstract), kata kunci (keywords), dan bibliografi.
3. Artikel terdiri dari beberapa bagian, yaitu: judul, nama penulis, abstrak (200-250 kata), kata kunci (maksimal 5 kata), dan bibliografi, dengan detail ketentuan sebagai berikut:
 - Penulisan judul tidak boleh lebih dari lima belas (15) kata.
 - Nama penulis ditulis lengkap tanpa gelar, dilengkapi dengan asal institusi, alamat korespondensi (e-mail address), serta nomor telephone/handphone.
 - Abstrak terdiri dari konteks diskursus area disiplin; tujuan penulisan artikel; metodologi (jika ada); temuan riset; kontribusi tulisan di dalam area disiplin. Abstrak ditulis dalam bahasa Inggris dan Indonesia.
 - Pendahuluan terdiri dari pemetaan penelitian terdahulu (literature review, sebaiknya temuan riset sepuluh tahun terakhir) dan novelty tulisan; batas permasalahan yang dibahas; dan argumentasi utama tulisan.
 - Pembahasan berisi proses reasoning argumentasi utama tulisan.
 - Kesimpulan berisi jawaban atas permasalahan tulisan, berdasarkan perspektif teoritis dan konseptual yang dibangun oleh penulis.
 - Referensi mencantumkan sumber pustaka yang menjadi rujukan.
 - Gaya kutipan menggunakan American Psychological Association (APA) 6th Edition, memakai model pengutipan body note (penulis tahun), dengan ketentuan detail sebagai berikut:

1. Book

Dalam referensi ditulis :

Azwar, S. (2016). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Di dalam kutipan ditulis : (Azwar, 2016)

2. Edited book(s)

Dalam referensi ditulis :

Cone, J. D. (1999). Observational assessment: Measure development and research issues. dalam P. C. Kendall, J. N. Butcher, & G. N. Holmbeck (Eds.), *Handbook of research methods in clinical psychology* (pp. 183-223). New York: Wiley.

Di dalam kutipan ditulis : (Cone, 1999)

3. E-book(s)

Dalam referensi ditulis :

Sukanta, P. O., ed. (2014). *Breaking the Silence: Survivors Speak about 1965-66 Violence in Indonesia (translated by Jemma Purdey)*. Clayton: Monash University Publishing. Diakses dari <http://books.publishing.monash.edu/apps/bookworm/view/Breaking+the+Silence%3A+Survivors+Speak+about+1965%E2%80%9366+Violence+in+Indonesia/183/OEBPS/cop.htm>, tanggal 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Sukanta, 2014)

4. Article of the Journal

a. Journal With Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Tekke, M., & Ghani, F. (2013). Examining Career Maturity Among Foreign Asian Students : Academic Level. *Journal of Education and Learning*. Vol. 7 (1), 29-34. DOI: <http://dx.doi.org/10.11591/edulearn.v7i1.173>

Di dalam kutipan ditulis : (Tekke & Ghani, 2013)

b. Journal Without Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Arbiyah, N., Nurwianti, F., & Oriza, D. (2008). Hubungan bersyukur dengan subjective well being pada penduduk miskin. *Jurnal Psikologi Sosial*, 14(1), 11-24.

Di dalam kutipan ditulis : (Arbiyanti, Nurwianti, & Oriza, 2008)

c. E-Journal

Dalam referensi ditulis :

Crouch, M. (2016). "Constitutionalism, Islam and the Practice of Religious Deference: the Case of the Indonesian Constitutional Court." *Australian Journal of Asian Law* 16, 2: 1-15. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2744394, diakses 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Crouch, 2016)

5. Article Website

a. Dengan Penulis

Dalam referensi ditulis :

Hendrian, D. (2016, Mei 2). *Memprihatinkan Anak Pengguna Narkoba Capai 14.000*. Retrieved September 27, 2017, from <http://www.kpai.go.id/berita/memprihatinkan-anak-pengguna-narkoba-capai-14-ribu/>

Di dalam kutipan ditulis : (Hendrian, 2016)

b. Tanpa Penulis

Six sites meet for comprehensive anti-gang initiative conference. (2006, November/December). OJJDP News @ a Glance. Retrieved from: http://www.ncjrs.gov/html/ojjdp/news_acglance/216684/topstory.html tanggal 10 Agustus 2012.

Di dalam kutipan ditulis : (http://www.ncjrs.gov/htmllojdp/news_acglance/216684/topstory.html, 2006)

6. Skripsi, Tesis, atau Disertasi Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Saifuddin, A. (2016). *Peningkatan Kematangan Karier Peserta Didik SMA Melalui Pelatihan Reach Your Dreams dan Konseling Karier* (Tidak Diterbitkan). Surakarta : Magister Psikologi Profesi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Saifuddin, 2016)

7. Manuskrip Institusi Pendidikan Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Nuryati, A., & Indati, A. (1993). *Faktor-faktor yang memengaruhi prestasi belajar*. Unpublished Manuscript, Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Nuryati & Indati, 1993)

4. Penulisan gaya pengutipan dihimbau menggunakan perangkat citation manager, seperti Mendeley, Zotero, EndNote, RefWorks, BibText dan lain sebagainya dengan memakai American Psychological Association (APA) 6th Edition.
5. Transliterasi bahasa Arab menggunakan standar International Journal of Middle Eastern Studies, detail transliterasi dapat diunduh di <http://ijmes.chass.ncsu.edu/docs/TransChart.pdf>
6. Artikel bebas dari unsur plagiat, dengan melampirkan bukti (screenshot) bahwa artikel telah dicek memakai piranti lunak antiplagiat, misalnya, tetapi tidak terbatas pada, plagiarism checker (plagiarisme.com).

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

ISSN : 2527- 5704 (P)

ISSN : 2527- 5682 (E)

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja
Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok
Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti

Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik
Kontinum Konseling Berbasis Alquran
Khilman Rofi Azmi

Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising
Ade Nur Rohim



Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)
Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Editor

Waryono Abdul Ghafur, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Soiman, Asosiasi Profesi Dakwah Indonesia (APDI)
Diajeng Laily Hidayati, Institut Agama Islam Negeri Samarinda
Akhmad Anwar Dani, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Ahmad Saifuddin, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Abraham Zakky Zulhazmi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id
Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2019

Daftar Isi

Menurunkan Kecemasan Menghadapi Praktik Belajar Kerja Penyandang Disabilitas Fisik dengan Bimbingan Kelompok <i>Astri Fajar Atikasari, Vera Imanti</i>	1 - 24
Model Dakwah Milenial untuk Homoseksual Melalui Teknik Kontinum Konseling Berbasis Alquran <i>Khilman Rofi Azmi</i>	25 - 58
Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui <i>Digital Fundraising</i> <i>Ade Nur Rohim</i>	59 - 90
Mubalig <i>Youtube</i> dan Komodifikasi Konten Dakwah <i>Ferdi Arifin</i>	91 - 120
Literasi Digital sebagai Upaya Menangkal Hoaks di Era Disrupsi <i>Naimatus Tsaniyah, Kannisa Ayu Juliana</i>	121 - 140
Tren Pengembangan Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Transformasi IAIN Menjadi UIN Surakarta <i>Kamila Adnani</i>	141 - 168



TREN PENGEMBANGAN PROGRAM MAGISTER KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM DALAM TRANSFORMASI IAIN MENJADI UIN SURAKARTA

Kamila Adnani

Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Abstract

Keywords:

Islamic Higher Education (PTKI);
transformation;
trends

The transformation of The State Institute for Islamic Studies (IAIN) towards State Islamic University (UIN) Surakarta is understood as a strategic step to improve the quality of the institution's education. IAIN Surakarta needs to fix several factors, both internal and external, in order to maintain its existence as a public institution in the implementation of Islamic Higher Education. The dilemma faced in the transformation of IAIN towards UIN is the dualism-dichotomic phenomenon of science developed. The research method used is descriptive qualitative. This research was conducted from June 14, 2017 to September 12, 2017. The data was collected through observation, interviews, and documentation. The data were analyzed by descriptive analysis with inductive thinking methods. Based on the results of the study, it was concluded that: 1) Surakarta IAIN needs to develop general study programs as well as integration between general science and Islam, including KPI Study Programs; 2) the development of study programs at IAIN Surakarta is important in order to accelerate the transformation into UIN Surakarta; 2) the rapid trend of media development needs to be addressed by the Surakarta IAIN.

Abstrak

Kata kunci:
*Perguruan Tinggi
Keagamaan
Islam (PTKI);
transformasi;
tren.*

Transformasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) menuju Universitas Islam Negeri (UIN) Surakarta dipahami sebagai langkah strategis untuk memperbaiki kualitas pendidikan lembaga. IAIN Surakarta perlu membenahi beberapa faktor, baik yang bersifat intern maupun ekstern, guna mempertahankan eksistensinya sebagai institusi publik dalam penyelenggaraan Pendidikan Tinggi Agama Islam. Dilemanya, transformasi IAIN menuju UIN adalah fenomena dualisme-dikotomik terhadap keilmuan yang dikembangkan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan bersifat deskriptif. Penelitian ini dilakukan mulai 14 Juni 2017 – 12 September 2017. Melalui pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini dianalisis dengan analisis deskriptif dengan metode berpikir induktif. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa: 1) IAIN Surakarta perlu mengembangkan program studi-program studi umum sekaligus pengintegrasian antara keilmuan umum dengan keislaman, termasuk Program studi KPI; 2) pengembangan program studi-program studi di IAIN Surakarta penting dilakukan guna mempercepat transformasi menjadi UIN Surakarta; 2) tren pesatnya perkembangan media perlu disikapi oleh IAIN Surakarta.

How to cite (APA 6th Style):

Adnani, K. (2019). Tren Pengembangan Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Transformasi IAIN Menjadi UIN Surakarta. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 141–168. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1665>

PENDAHULUAN

Transformasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) menuju Universitas Islam Negeri (UIN) Surakarta harus dipahami sebagai langkah strategis untuk memperbaiki kualitas pendidikan yang diselenggarakannya. Oleh sebab itu, kelemahan-kelemahan mendasar yang terjadi pada IAIN selama ini mendesak untuk segera dibenahi agar lembaga ini tetap mampu mempertahankan eksistensinya sebagai institusi publik yang mengemban

tanggungjawab pokok dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi bidang agama Islam. Salah satu kelemahan mendasar yang seringkali disebut-sebut menjadi alasan utama yang melatarbelakangi perubahan IAIN menuju UIN adalah fenomena dualisme-dikotomik keilmuan yang dikembangkan (Abdullah, 2003). Adanya kebijakan transformasi IAIN menuju UIN Surakarta perlu dicermati reintegrasi epistemologi keilmuan yaitu ilmu agama dan ilmu umum dengan *wider mandate* sehingga perubahannya selain menyangkut bangunan keilmuan yang dikembangkan, juga menyangkut status legal-formal dan administratif (Minhaji, 2003). Hal ini berkaitan dengan pendapat Amin Abdullah yang mengatakan bahwa ada empat bidang perubahan yang perlu digarap terus-menerus dalam transformasi IAIN menuju UIN yaitu: 1) pengembangan akademik; 2) pengembangan kelembagaan dan sistem manajemen; 3) pengembangan sumber daya manusia; dan 4) pengembangan sarana-prasarana fisik/infrastruktur (Abdullah, 2004).

IAIN Surakarta sendiri merupakan nama Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) yang disahkan oleh pemerintah Republik Indonesia dari sebelumnya yang bernama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Surakarta. Perubahan alih status dari STAIN Surakarta menjadi IAIN Surakarta ini melalui perjalanan yang panjang karena perubahan nama yang mengikuti perubahan status ini adalah yang ketiga kalinya (Penyusun, 2014). Sebagai PTKIN, IAIN Surakarta menyelenggarakan program pendidikan akademik, mengemban misi sebagai lembaga keilmuan atau lembaga pengembangan kajian ilmu-ilmu agama Islam. Selain itu, IAIN Surakarta juga mengemban misi menyiapkan calon-calon ulama yang profesional di bidang keahlian yang ditekuninya. Di samping itu, IAIN Surakarta juga merupakan lembaga keagamaan/dakwah yang mengemban misi pengembangan umat Islam (Muhaimin, 2004, 2012, 2014).

Dalam sejarahnya, PTKIN di Surakarta bernama IAIN Walisongo di Surakarta, sebagai kebijakan dan pemikiran Dr. H. Munawir Sjadzali, MA (Menteri Agama Republik Indonesia 1983 – 1993). Dengan melibatkan beberapa elemen dan tokoh yang ada di Surakarta seperti walikota Surakarta, Majelis Ulama Indonesia, Kantor Departemen Agama (Kandepag), Perguruan Tinggi, Ormas Islam dan lain-lain, pada awal tahun 1992 berdiri Fakultas Ushuluddin dan Syariah IAIN Walisongo di Surakarta. Selanjutnya, dilakukan relokasi terhadap Fakultas Syariah yang ada di Pekalongan dan Fakultas Ushuluddin yang ada di Kudus. Kedua fakultas tersebut berafiliasi pada IAIN Walisongo, sehingga IAIN Surakarta pun secara otomatis menginduk pada IAIN Walisongo (Penyusun, 2014). Pada tahun 1997, IAIN Walisongo di Surakarta berubah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Surakarta. Hal ini tidak lepas dari hasil pemikiran Prof. Dr. Malik Fajar, Menteri Agama Republik Indonesia tahun 1998 – 1999. Berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 11 tahun 1997 terdapat perubahan nama-nama fakultas daerah dengan pusatnya dan berdiri sendiri dengan diberi nama STAIN Surakarta. Setelah itu, nama STAIN Surakarta berubah lagi menjadi IAIN Surakarta berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 1 tahun 2011 tertanggal 3 Januari 2011 (Penyusun, 2014).

Transformasi IAIN menjadi UIN Surakarta menuntut perubahan cara pandang (perspektif), sikap, dan perilaku dalam mengembangkan budaya akademik (*academic culture*). Budaya akademik ini harus selalu ada pada diri *civitas academica* IAIN Surakarta, misalnya kebiasaan menulis artikel di jurnal terakreditasi nasional maupun internasional, memproduksi hasil-hasil penelitian yang inovatif dan memiliki *novelty*, menulis buku-buku yang mengembangkan keahlian disiplin ilmunya, dan mentransfer ilmunya yang bisa diterapkan di masyarakat. Perubahan secara *coercive* ini diperlukan guna memuaskan *stakeholder* di masyarakat (Adnani, Hudaya, & Fahmi, 2012). Pengembangan IAIN menjadi UIN itu bertolak dari suatu paradigma

bahwa pendidikan Islam adalah suatu upaya mengembangkan pandangan hidup yang dimanifestasikan dalam sikap hidup dan keterampilan hidupnya.

Adanya kebijakan bahwa IAIN/STAIN sebagai *with wider mandate* (dengan mandat yang lebih luas) merupakan peluang dalam merespons berbagai tuntutan dan tantangan tersebut. Hanya saja, ada kekhawatiran dari kalangan internal sendiri bahwa adanya kehadiran program studi (program studi) umum itu dapat memarginalisasikan program studi-program studi agama Islam. Guna mengantisipasi hal tersebut, perlu dilakukan reorientasi pengembangan kurikulum IAIN/STAIN *with wider mandate* (Muhaimin, 2004).

Reorientasi pengembangan kurikulum di IAIN/ STAIN, salah satunya di IAIN Surakarta, dapat diwujudkan pada skala besar maupun skala kecil. Wujud reorientasi pengembangan kurikulum skala kecil dilakukan dalam konteks program studi. Program studi yang dianggap penting untuk melakukan reorientasi pengembangan kurikulum tersebut adalah program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Reorientasi pengembangan kurikulum di program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam penting dilakukan karena beberapa faktor. Menurut hasil penelitian Adnani et al. (2012) yang telah mewawancarai pemangku kebijakan di tingkat fakultas yang menaungi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (Fakultas Ushuluddin dan Dakwah) IAIN Surakarta, kurikulum di program studi tersebut seharusnya lebih mengarah pada kompetensi lulusannya. Selain itu, hendaknya terdapat perbedaan kurikulum di fakultas komunikasi pada perguruan tinggi umum dengan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di PTKIN, khususnya di IAIN Surakarta. Hal ini yang perlu diketahui oleh mahasiswa maupun calon mahasiswa yang akan memasuki program studi KPI di IAIN Surakarta. Pengetahuan ini diperlukan karena struktur kurikulum di program studi KPI itu berusaha mengintegrasikan keilmuan umum dan agama Islam.

Demikian juga halnya dengan tema-tema skripsi mahasiswa di program studi KPI harus ada pembeda dari segi konten. Kajian-kajian skripsi yang diambil mahasiswa dalam program studi KPI seharusnya dapat mengkaitkan antara persoalan-persoalan komunikasi dengan keislaman supaya lebih integral. Berdasarkan hasil penelitian Adnani & Fathan (2010), terdapat dinamika pergeseran tren skripsi mahasiswa-mahasiswa KPI mulai tahun 2003 sampai dengan tahun 2011. Pada periode tahun 2001-2003, kajian-kajian tema yang diambil dalam penyusunan skripsi mahasiswa KPI mengarah pada persoalan-persoalan dakwah (keagamaan). Pada tahun 2004, tema-tema skripsi mahasiswa mulai diarahkan ke komunikasi dan media tanpa mengesampingkan aspek keislamannya. Hal itu dilakukan setelah adanya lokakarya kurikulum.

Terdapat dua paradigma yang mempengaruhi struktur kurikulum, yaitu paradigma idealisme dan pragmatisme (Nuryanto, 2017). Paradigma idealisme maksudnya adalah perguruan tinggi diharapkan mampu menjadi *agent of change* dalam melakukan transformasi menuju tatanan sosial yang dicita-citakan, tanpa perlu mempertimbangkan tuntutan dunia kerja. Paradigma pragmatisme maksudnya adalah perguruan tinggi seharusnya mampu melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat dan dunia kerja (Triatmo, 2012). Berkaitan dengan dua paradigma tersebut dapat digambarkan bahwa konstruksi kurikulum sebenarnya lahir dari ideologi yang dianut dalam sistem pendidikan di Indonesia. Kurikulum tidak bisa berdiri sendiri tanpa ada intervensi dari pemerintah maupun *stakeholder* lainnya (masyarakat atau dunia kerja).

Sebagaimana diketahui bahwa IAIN Surakarta merupakan perguruan tinggi negeri yang banyak diminati. Hal ini terbukti pada tahun 2016 jumlah pendaftar mahasiswa baru di IAIN Surakarta sebesar 3500 mahasiswa, sedangkan yang diterima hanya 2000. Pada tahun 2016 ini jumlah mahasiswa di IAIN Surakarta sebanyak 12.000 mahasiswa. Jumlah ini meningkat di tahun berikutnya, yaitu tahun 2017 terdapat

11.739 pendaftar dari semua jalur dan seluruh program studi (diterima 4.730 calon mahasiswa) dan tahun 2018 terdapat 17.678 pendaftar dari semua jalur dan seluruh program studi (diterima 5.471 calon mahasiswa). Jumlah mahasiswa yang demikian ini dapat menjadi salah satu parameter pentingnya perubahan alih status IAIN menjadi UIN Surakarta.

Tiga tahun terakhir, tepatnya sejak tahun 2016, telah dibuka beberapa program studi di IAIN Surakarta dan telah menerima mahasiswa baru, yakni program studi Manajemen Dakwah (MD), Program Studi Tasawuf dan Psikoterapi (TP), Program Studi Sejarah Kebudayaan Islam (SKI), Program Studi Psikologi Islam (PI), Program Pascasarjana Pendidikan Agama Islam (PAI), sehingga IAIN Surakarta telah memiliki 18 Program studi tingkat S1. Sedangkan, pada program magister terdapat program studi Pendidikan Bahasa Arab, Hukum Ekonomi Syariah, Manajemen Pendidikan Islam, dan Pendidikan Agama Islam. Apabila dicermati, mayoritas program studi di program magister adalah pendidikan dan ekonomi. Sedangkan, rumpun komunikasi belum memiliki program magister di IAIN Surakarta. Selain itu, jumlah mahasiswa dan alumni dari program studi Strata Satu (S1) Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) sangat banyak. Atas dasar ini, maka penting untuk mempertimbangkan mengembangkan Komunikasi dan Penyiaran Islam menjadi program magister atau Strata Dua (S2).

Mengenai program studi S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Surakarta berdiri guna menghadapi tantangan perkembangan ilmu, teknologi, dan informasi yang cukup pesat. Di samping itu, juga sebagai upaya menyiapkan sarjana yang menguasai keilmuan dan aplikasi fungsionalnya serta keagamaan. Mulai beroperasi tahun 1998, program studi KPI memiliki kekhasan, yakni mengembangkan keilmuan dan aplikasi fungsional pada bidang komunikasi dan penyiaran Islam. Di sisi lain, apabila berbicara tentang tren pengembangan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di tingkat magister, maka otomatis

akan berbicara tentang input calon mahasiswa atau peminat. Adapun yang menjadi sumber input mahasiswa (peminat) yang dibutuhkan pada program studi magister Komunikasi Penyiaran Islam ini adalah lulusan pendidikan tinggi, baik negeri maupun swasta, yang secara kuantitas dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan.

Berdasarkan informasi dari ketua program studi KPI IAIN Surakarta dan staf bagian umum fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta diperoleh data tentang jumlah mahasiswa yang diterima di program studi KPI tiga tahun terakhir (2016, 2017, dan 2018). Data tiga tahun terakhir mulai dari tahun 2016, calon mahasiswa yang registrasi pada program studi tersebut sebanyak 179 orang, pada tahun 2017 calon mahasiswa yang registrasi pada program studi tersebut sebanyak 161 orang, dan pada tahun 2018 calon mahasiswa yang registrasi pada program studi tersebut sebanyak 194 orang. Adapun total jumlah mahasiswa program studi KPI saat ini berjumlah 740 orang. Jumlah mahasiswa sebesar ini cukup besar melihat kapasitas jumlah kelas dan ketersediaan sumber daya manusia (dosen-dosen tetap) yang ada di program studi KPI yang hanya berjumlah sembilan orang. Rasio dosen dan mahasiswa tersebut belum ideal apabila dihadapkan dengan Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2016 tentang perubahan atas peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 26 Tahun 2015 Tentang Registrasi Pendidik pada Perguruan tinggi, disebutkan bahwa rasio jumlah dosen dan mahasiswa pada program studi harus ideal. Rasio jumlah dosen dan mahasiswa dalam rumpun ilmu agama, rumpun ilmu humaniora, rumpun ilmu sosial adalah 1:45 dan 1:30 untuk program studi ilmu eksakta.

Jumlah lulusan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) cukup banyak, rata-rata dalam satu tahun program studi KPI meluluskan 80-85 mahasiswa. Di sisi lain, minat para lulusan perguruan tinggi untuk mendaftarkan diri ke pascasarjana juga cenderung meningkat. Hal ini

terlihat dari banyaknya alumni program studi KPI yang mendaftarkan ke jenjang S2 di berbagai perguruan tinggi yang ada di UNS (Universitas Sebelas Maret Surakarta) maupun UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Selain itu, berdasarkan data *exit survey* (survei yang bertujuan untuk mengetahui rencana calon alumni selepas wisuda) menyatakan bahwa calon alumni program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang memiliki Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) sebesar 3,50 ke atas berminat melanjutkan studi ke Strata Dua (S2). Di sisi lain, berdasarkan data angket yang didapatkan dari 83 mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Surakarta dengan cara acak, didapatkan bahwa 67 mahasiswa (80,5%) berminat melanjutkan studinya ke S2. Selanjutnya, dari 83 mahasiswa tersebut, 59 mahasiswa (71%) ingin melanjutkan ke S2 Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN Surakarta seandainya IAIN Surakarta memiliki program tersebut.

Terkait penelitian yang mengkaji pengembangan program studi dan institusi pendidikan, pernah dilakukan oleh Novita (2018). Dalam penelitiannya tersebut, dihasilkan bahwa beberapa strategi harus dilakukan untuk menambah mahasiswa di program studi perguruan tinggi swasta, misalkan meningkatkan sumber daya manusia, peningkatan kerja sama dengan pihak lain, melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, meningkatkan intensitas promosi, menawarkan lulusan pada *stakeholder*, dan memberikan peningkatan layanan (Novita, 2018). Selain itu, terdapat penelitian Darmawan & Zaidi (2018) mengenai strategi pengembangan program studi Manajemen Dakwah dengan cara meningkatkan publikasi dan kerjasama, mendorong para dosen untuk melanjutkan studi Strata Tiga (S3), dan memperbaiki fasilitas.

Mengenai penelitian lain yang sejenis masih belum dilakukan, terlebih lagi pengembangan program studi komunikasi dan penyairan di perguruan tinggi keagamaan Islam negeri semacam IAIN Surakarta. Adapun penelitian terkait program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN Surakarta, pernah dilakukan oleh Abas (2017) dan Adnani et al.

(2012). Abas (2017) meneliti tentang strategi pengembangan keilmuan mata kuliah profesi pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, sedangkan Adnani et al. (2012) meneliti tentang reorientasi kurikulum program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam agar memunculkan dampak profesional, material, dan sosial kultural. Penelitian lain tentang program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN Surakarta juga pernah dilakukan oleh Adnani & Fathan (2010) tentang tren tema skripsi pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Sriyanto (2018) tentang keputusan pemilihan jurusan pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta Susilowati & Pratiwi (2018) tentang kepuasan mahasiswa dalam pemilihan konsentrasi pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dengan demikian, tiga penelitian terakhir tidak mengkaji tentang pengembangan program studi.

Atas dasar ini, penelitian mengenai tren pengembangan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dalam konteks persiapan transformasi IAIN Surakarta menuju UIN Surakarta belum pernah dilakukan, sehingga penelitian semacam ini penting ini dilakukan. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan transformasi keilmuan program studi KPI IAIN menuju UIN Surakarta. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana model tren pengembangan program studi KPI dalam upaya transformasi IAIN menjadi UIN Surakarta?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah prosedur memecahkan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan sebagainya) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya (Moleong, 2017). Adapun yang menjadi subjek penelitian adalah *key-informan*, yaitu

ketua program studi KPI IAIN Surakarta periode 2015-2019 dan dekan fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta periode 2015-2019.

Teknik pengumpulan datanya dengan observasi terlibat (*participant observation*), wawancara (*interview*), dan dokumentasi (*documentation*). Observasi ini digunakan untuk melihat dinamika pergeseran kurikulum program studi KPI dari tahun 2003-2015 maupun kajian-kajian tema skripsi yang diambil oleh mahasiswa mulai dari tahun 2003-2016. Dokumentasi digunakan untuk melihat buku-buku panduan akademik IAIN Surakarta dari tahun 2003-2016, buku besar dari biro skripsi, dan skripsi-skripsi mahasiswa KPI.

Teknik analisis data dilakukan dengan tiga langkah, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Moleong, 2017), sedangkan teknik keabsahan data yang digunakan peneliti adalah triangulasi sumber dan teori. Triangulasi data adalah membandingkan antara data-data hasil pengamatan dengan data-data hasil wawancara di lapangan. Sedangkan, triangulasi teori adalah mencari teori-teori yang relevan dengan kajian penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Transformasi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI)

Perkembangan zaman semakin pesat saat ini, salah satu indikatornya adalah semakin majunya sistem teknologi dan informasi. Setiap masyarakat dituntut untuk dapat merespons kondisi tersebut, tak terkecuali institusi pendidikan tinggi. Ada banyak macam institusi pendidikan tinggi, misalkan perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta, serta perguruan tinggi umum dan perguruan tinggi keagamaan. Berbagai macam perguruan tinggi tersebut hendaknya mampu menciptakan pendidikan yang dapat memenuhi kebutuhan zaman dan keilmuan serta menyelesaikan permasalahan di tengah kemajuan sistem teknologi dan informasi. Salah satu upaya untuk mencapai target tersebut adalah melakukan transformasi

sehingga mampu menciptakan strategi pendidikan transformatif. Menurut Achmadi (2005), yang dimaksud dengan strategi pendidikan transformatif adalah pendidikan yang mengakses perubahan dengan tetap berpijak pada nilai-nilai dasar yang terkandung dalam pandangan hidup tersebut. Pandangan hidup yang sudah menjadi ideologi suatu bangsa tentunya tidak mudah diubah begitu saja, melainkan perlu reinterpretasi terhadap nilai-nilai yang ada.

Dalam konteks perguruan tinggi keagamaan, khususnya IAIN Surakarta, pendidikan transformatif tersebut dielaborasi dengan nilai-nilai keislaman, sehingga menjadi pendidikan Islam transformatif. Abdurrahman (2005) memberikan batasan tentang pendidikan Islam transformatif. Pendidikan Islam transformatif adalah pendidikan Islam yang mengakses perubahan dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip liberalisasi, humanisasi, dan transendensi yang bersifat profetik. Liberalisasi bertolak dari prinsip kebebasan yang bertanggung jawab seperti yang tercantum dalam Quran Surat al-Ra'd ayat 11 bahwa Allah subhanahu wa taala tidak akan mengubah nasib seseorang selama manusia itu tidak mau mengubah dirinya sendiri. Humanisasi maksudnya didasarkan atas konsep fitrah dalam Islam yang memandang manusia sebagai makhluk yang paling mulia dengan potensi yang dapat dikembangkan. Transendensi yang bersifat profetik ialah pemberian makna hubungan dengan Allah subhanahu wa taala. Berbekal ketiga prinsip tersebut, IAIN Surakarta termasuk setiap program studi yang ada di dalamnya, diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan dan memenuhi kebutuhan zaman tanpa harus meninggalkan nilai-nilai spiritual dan agama.

Berbicara soal strategi pendidikan Islam transformatif, otomatis juga akan berbicara soal pelaku strategi tersebut. Salah satu pelaku strategi pendidikan Islam transformatif adalah perguruan tinggi keagamaan Islam. Selanjutnya, untuk dapat menerapkan strategi pendidikan Islam transformatif, perguruan tinggi keagamaan Islam (salah satunya IAIN

Surakarta) juga harus melakukan transformasi. Transformasi pendidikan Islam di Indonesia berdasarkan refleksi sejarah merupakan produk interaksi misi Islam dengan tiga kondisi. Pertama, interaksi Islam dengan budaya lokal pra Islam yang melahirkan pesantren. Kedua, interaksi pendidikan Islam dengan tradisi Timur Tengah melahirkan madrasah. Ketiga, interaksi pendidikan Islam dengan politik pendidikan Hindia Belanda menghasilkan lembaga pendidikan sekolah. Transformasi pendidikan ini akan terus berproses sejalan dengan perubahan dan tantangan yang dihadapi umat Islam. Begitu halnya kondisi perguruan tinggi keagamaan Islam negeri, transformasi IAIN juga terus berproses dari ideologis politis menuju ke arah akademis (Achmadi, 2005). Misalkan, adanya integrasi dan interkoneksi dalam paradigma keilmuan jaring laba-laba di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, gunung ilmu di IAIN Surakarta, dan sebagainya.

Pada akhir orde baru sampai awal era reformasi merupakan puncak kegamangan yang ditandai dengan perluasan cakupan ilmu pengetahuan dalam pendidikan Islam. Selain itu, munculnya wacana ingin mengembalikan pengelolaan pendidikan ke Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemendiknas) sampai lahirnya Universitas Islam Negeri (UIN). Hal ini muncul seiring dengan tertinggalnya mutu pendidikan di IAIN/STAIN dan semakin menurunnya animo mahasiswa masuk ke IAIN/STAIN (Achmadi, 2005).

Adanya pendirian Universitas Islam Negeri (UIN) di satu sisi merupakan wujud kegamangan para elit muslim pengambil kebijakan atas ketidaksesuaian lagi IAIN/STAIN dalam memasuki era globalisasi. Namun, di sisi lain merupakan realisasi kesadaran makna pendidikan Islam yang luas mencakup berbagai bidang keilmuan dan tidak dikotomis antara ilmu pengetahuan agama dan umum. Hal ini ditunjukkan dengan pengembangan kurikulum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menggunakan pendekatan integratif dan interkoneksi (Abdullah, 2007; Hidayat, 2014; Siswanto, 2013; Sutarto, 2017).

Menurut Abdullah (2007), tantangan di era globalisasi menuntut respons tepat dan cepat dari sistem pendidikan Islam secara keseluruhan. Jika kaum muslimin ingin menang dalam persaingan global yang semakin tajam dan mampu tampil di depan maka, reorientasi pemikiran mengenai pendidikan Islam dan rekonstruksi sistem dan kelembagaan merupakan suatu keharusan. Pemikiran ini yang mendorong adanya gagasan tentang pengembangan IAIN (khususnya, Jakarta dan Yogyakarta) sebagai *pilot project* menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) di bawah Kementerian Agama Republik Indonesia. UIN mencakup fakultas-fakultas agama dan umum dengan corak epistemologi keilmuan dan etika moral keagamaan yang integralistik. Fakultas-fakultas agama perlu dikembangkan kurikulumnya yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di era global dan diperkuat dosen-dosen yang handal dalam penguasaan *Islamic studies*, *humanities*, dan ilmu-ilmu sosial. Fakultas-fakultas umum baik dalam bentuk *with wider mandate* maupun universitas perlu dibekali muatan keagamaan. Akhirnya, pengembangan IAIN (termasuk IAIN Surakarta) ini diharapkan melahirkan pendidikan Islam yang transformatif di masa yang akan datang.

Tren Pengembangan Program Studi dalam Transformasi IAIN Menuju UIN

IAIN Surakarta merupakan perguruan tinggi keagamaan Islam negeri (PTKIN) yang sedang berkembang dan mengalami transformasi. Salah satu arah perkembangan tersebut adalah transformasi dari bentuk IAIN menjadi UIN. Transformasi ini diupayakan agar IAIN Surakarta mampu menciptakan dan menerapkan strategi pendidikan Islam transformatif. Modalitas yang harus dipersiapkan misalkan pengembangan program studi. Adapun program studi yang potensial untuk dikembangkan adalah program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. IAIN Surakarta sudah membuka program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sejak

tahun 1998. Potensi yang dimiliki oleh program studi tersebut adalah tingginya jumlah mahasiswa. Data tiga tahun terakhir mulai dari tahun 2016, calon mahasiswa yang registrasi pada program studi tersebut sebanyak 179 orang, pada tahun 2017 calon mahasiswa yang registrasi pada program studi tersebut sebanyak 161 orang, dan pada tahun 2018 calon mahasiswa yang registrasi pada program studi tersebut sebanyak 194 orang. Di sisi lain, setiap tahun program studi tersebut meluluskan rata-rata 85 mahasiswa. Setiap mahasiswa yang memiliki indeks prestasi kumulatif sebesar 3,50 ke atas menyatakan minatnya melanjutkan studi di Strata Dua (S2) ketika menjalankan *munaqasyah* (ujian skripsi). Di sisi lain, berdasarkan data angket yang didapatkan dari 83 mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Surakarta dengan cara acak, didapatkan bahwa 67 mahasiswa (80,5%) berminat melanjutkan studinya ke S2. Selanjutnya, dari 83 mahasiswa tersebut, 59 mahasiswa (71%) ingin melanjutkan ke S2 Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN Surakarta seandainya IAIN Surakarta memiliki program tersebut. Padahal, IAIN Surakarta belum memiliki program magister Komunikasi dan Penyiaran Islam. Sehingga, alumni program studi tersebut menempuh studi lanjut di perguruan tinggi lain. Dalam konteks modalitas transformasi IAIN menuju UIN Surakarta dan menilik potensi yang dimiliki program studi S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam serta minat alumni tersebut, program studi tersebut dapat dikembangkan ke arah Strata Dua (S2).

Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam memiliki fokus kajian, salah satunya adalah komunikasi dalam bingkai keislaman. Hal ini disebabkan oleh karena program studi tersebut berada di bawah naungan perguruan tinggi keagamaan Islam. Berbicara masalah komunikasi, maka harus memahami definisi dan batasan komunikasi. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama memiliki maksud sama makna (Effendy, 2012, 2017). Menurut Lasswell (1948, 2007), bahwa

cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *who says; what in; which channel; to whom with; what effect?* Paradigma Lasswell tersebut menurut Effendy (2012, 2017) menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu komunikator (*communicator, source, sender*), pesan (*message*), media (*channel*), komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*), efek (*effect, impact, influence*).

Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, dapat disimpulkan bahwa maksud dari komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Maka dari itu, salah satu luaran dari alumni program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah meningkatkan keterampilan alumni di bidang komunikasi. Selain itu, alumni program studi tersebut juga hendaknya memiliki kemampuan untuk menerapkan praktik-praktik komunikasi dan penyiaran dalam bingkai keislaman, serta mengkaji dan meneliti berbagai permasalahan yang muncul dalam bidang komunikasi dan penyiaran. Keterampilan semacam ini semakin dibutuhkan di zaman ini, yaitu zaman ketika teknologi informasi dan komunikasi semakin canggih sehingga menyebabkan permasalahan dalam bidang tersebut semakin kompleks. Di sisi lain, keterampilan ini juga dapat dicapai apabila program studi yang fokus pada kajian komunikasi, seperti Komunikasi dan Penyiaran Islam, dikembangkan ke arah yang lebih baik, salah satu bentuknya adalah pengembangan ke arah pembentukan program magister Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan menganut sistem pendidikan Islam transformatif.

Perkembangan dunia (termasuk dunia pendidikan) terus berjalan sesuai perkembangan ilmu pengetahuan serta kemajuan sistem teknologi dan informasi. Dunia pendidikan juga dituntut untuk peka terhadap perubahan dalam dunia ilmu pengetahuan dan teknologi. Abad 21 ditandai dengan peran yang begitu besar teknologi informasi dan komunikasi

dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Itulah sebabnya abad 21 ini disebut dengan era informasi (Rosana, 2016). Batas antar negara dan warga negara menyatu dalam dunia global. Hal ini sesuai dengan pendapatnya McLuhan yang disebut dengan *global village* (McLuhan, 1994). Seiring dengan perkembangan tersebut, IAIN Surakarta sebagai sebuah institusi pendidikan diharapkan mampu menghadapi tantangan tersebut. Sebagai perguruan tinggi negeri, IAIN Surakarta (begitu pula perguruan tinggi keagamaan lainnya) bersama-sama dengan perguruan tinggi harus sadar bertanggungjawab penuh dalam meningkatkan mutu sumber daya manusia (SDM) Indonesia. Oleh karena itu, sebagai subsistem pendidikan tinggi nasional, IAIN mempunyai tugas untuk *transfer of knowledge* dalam masalah kerja dan perolehan gelar akademik (Sutrisno, 2005).

Lebih lanjut, Sutrisno (2005) menuliskan bahwa perguruan tinggi IAIN sedang dihadapkan pada beberapa persoalan yang harus segera diselesaikan, misalkan citra umat Islam sangat buruk; terbelakangnya peradaban umat Islam dunia; umat Islam terdera oleh berbagai krisis; dihadapkan pada problem dikotomi ilmu yang sangat akut (ilmu tradisional dengan ilmu sekuler modern); IAIN dituntut dapat menghasilkan alumni bertakwa yang memiliki tiga kemampuan, yaitu kemampuan untuk menganalisis, kemampuan untuk berinovasi, dan kemampuan memimpin. Maka dari itu, sudah waktunya bagi IAIN untuk mengembangkan tiga perangkat utama manusia, yaitu perangkat yang berupa akal, hati, dan indra manusia, dalam rangka pengembangan IAIN dengan paradigma baru. Hal ini diharapkan dapat menghasilkan alumni yang dapat berkompetisi dalam kehidupan global abad ke-21 ini.

Salah satu solusi yang dapat dikembangkan untuk menjawab permasalahan kemajuan zaman, informasi, dan teknologi tersebut adalah kemampuan dalam mengaitkan antara ilmu pengetahuan dan teknologi. Pada dasarnya, ilmu pengetahuan dan teknologi memiliki sifat saling terkait dalam mengembangkan ekologi kependidikan dan kesadaran

berkomunikasi, bernegara, dan berbangsa. Melalui penguasaan ilmu pengetahuan dan inovasi teknologi dapat menciptakan pendidikan yang berkualitas. Tanpa penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi, lembaga pendidikan dan individu akan termarginalkan di pasar global saat ini. Dalam kaitannya dengan pengelolaan lembaga Pendidikan, khususnya perguruan tinggi, harus mampu ikut membangun tatanan sosial dan ekonomi di era revolusi 4.0 saat ini (Rosana, 2016). Penguasaan keterampilan ini dapat ditempuh, salah satunya dengan meningkatkan keterampilan mahasiswa. Pada konteks dunia perguruan tinggi, luaran mahasiswa di setiap jenjang (S1, S2, dan S3) berbeda. Dalam rangka untuk semakin dapat memenuhi tuntutan perkembangan zaman, maka pengembangan keterampilan mahasiswa menjadi suatu keniscayaan. Atas dasar ini, maka program studi yang memiliki fungsi aplikatif dalam permasalahan perkembangan teknologi dan informasi, salah satu Komunikasi dan Penyiaran Islam, hendaknya dikembangkan menjadi program magister. Terlebih lagi, program magister Komunikasi dan Penyiaran Islam menjadi modalitas transformasi IAIN Surakarta menuju UIN Surakarta.

Hal penting yang harus diperhatikan adalah pengembangan program studi-program studi umum maupun agama seharusnya relevan dengan perkembangan zaman di era global sekarang ini. Para pemangku kebijakan (*decision maker*) harus bisa mensikapinya dengan cepat dan tepat agar program studi-program studi yang akan dibuka di masa-masa medatang itu dibutuhkan oleh dunia kerja atau *stakeholder* yang ada. Seperti yang diungkapkan oleh Atmaja (2008) bahwa tren itu merupakan pendekatan dengan menggunakan perbandingan kemajuan perusahaan dari waktu ke waktu. Konteksnya, tren pengembangan program studi yang akan dibuka di IAIN Surakarta harus dilihat dari kecenderungan peminat beberapa tahun terakhir ini. Program studi-program studi yang langka peminat seharusnya dikembangkan menjadi program studi yang relevan dengan perkembangan zaman di era revolusi industri 4.0. Sedangkan, program

studi-program studi yang banyak peminatnya dikembangkan lebih luas agar tidak stagnan pada tingkat Strata Satu (S1) saja. Pengembangan program studi yang memiliki banyak peminat ini bisa diwujudkan dalam bentuk membuka program studi tersebut di taraf Strata Dua (S2) dan Strata Tiga (S3). Salah satu contohnya adalah program studi KPI yang dalam lima tahun terakhir ini banyak peminat dan para alumninya banyak yang ingin melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi lagi. Oleh karena itu, perlu dipikirkan pembukaan S2 Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).

Pentingnya pembukaan program magister Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) di IAIN Surakarta dilatarbelakangi oleh beberapa faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di fakultas Ushuluddin dan Dakwah (FUD). Faktor-faktor internal yang ada yaitu realita terhadap tingginya animo masyarakat untuk masuk ke program studi KPI di fakultas Ushuluddin dan Dakwah (FUD) IAIN Surakarta dalam tiga tahun terakhir ini (2016, 2017, 2018). Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fathan, S.Sos., M.Si pada hari Senin, 11 September 2017 diperoleh keterangan ada tiga faktor internal pada program studi KPI. *Pertama*, masyarakat sangat antusias menjadi mahasiswa program studi KPI di IAIN Surakarta selama beberapa tahun terakhir ini. Hal ini hendaknya menjadi pemikiran yang serius bagi para pemegang keputusan di tingkat fakultas maupun rektorat terhadap fenomena seperti ini.

Kedua, minat sebagian alumni program studi KPI pada tiga tahun terakhir ini yang berniat ingin meneruskan studi lanjut ke tingkat S2 cukup tinggi. Seperti yang sudah dituliskan di bagian sebelumnya, setiap mahasiswa yang menjalani *munaqasyah* (ujian skripsi) dan memiliki indeks prestasi kumulatif 3,50 ke atas, memiliki minat untuk melanjutkan studi komunikasi ke program magister. Di sisi lain, berdasarkan data angket yang didapatkan dari 83 mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Surakarta dengan cara acak, didapatkan bahwa 67 mahasiswa (80,5%)

berminat melanjutkan studinya ke S2. Selanjutnya, dari 83 mahasiswa tersebut, 59 mahasiswa (71%) ingin melanjutkan ke S2 Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN Surakarta seandainya IAIN Surakarta memiliki program tersebut. Akan tetapi, karena IAIN Surakarta belum memiliki program tersebut, hanya sedikit alumni yang merealisasikan minatnya untuk melanjutkan belajar ke program magister. Adapun sebagian alumni lain yang berupaya mewujudkan minat tersebut, melanjutkan belajarnya ke program magister di Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS), S2 Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan S2 Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta. Apabila IAIN Surakarta dapat membuka program magister (S2) KPI, maka alumni KPI tersebut tidak perlu melanjutkan kuliah S2 di perguruan tinggi lain.

Keterangan dari dekan fakultas Ushuluddin dan Dakwah (FUD), bahwa dibukanya program magister Komunikasi dan Penyiaran Islam memiliki beberapa pertimbangan, yaitu: 1) pengembangan lembaga di IAIN Surakarta pada umumnya dan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah (FUD) pada khususnya; 2) peluang dibukanya S2 KPI itu ada di program studi KPI dengan melihat sumber daya manusia (SDM) yakni jumlah dosen-dosen yang telah bergelar doktor sudah banyak; 3) lulusan program studi KPI sangat potensial dan diharapkan dapat melanjutkan studinya ke S2 KPI.

Ketiga, jumlah sumber daya manusia (SDM) yaitu dosen-dosen program studi KPI yang sudah memenuhi batas minimal yang ditentukan oleh Kemenristekdikti yaitu enam orang. Sedangkan, pada program studi KPI ada sembilan orang. Menurut dekan fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta, Dr. Imam Mujahid, M.Pd. bahwa tidak ada permasalahan adanya aturan dari pusat yang mengharuskan jumlah minimal dosen tetap di program studi sebuah perguruan tinggi itu adalah enam orang. Dosen-dosen yang bergelar Doktor di program studi KPI itu dapat digunakan

di fakultas (S1) maupun pascasarjana (S2). Menurut ketua program studi KPI bahwa adanya aturan dari pusat yang mengharuskan ketersediaan dosen tetap program studi itu adalah enam orang perlu segera disikapi oleh pimpinan fakultas maupun institut supaya program studi tersebut mendapatkan kesempatan untuk menambah dosen pengajar lagi di masa mendatang. Dengan demikian, ketersediaan dosen pengajar baik di tingkat S1 maupun S2 semakin tercukupi.

Adapun faktor eksternal pendirian program magister S2 KPI ada dua. *Pertama*, perkembangan serta kemajuan teknologi dan informasi. Perkembangan ini menuntut masyarakat dan institusi pendidikan semacam IAIN Surakarta untuk meresponsnya dengan tepat, sehingga respons tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk pengembangan program studi KPI ke arah magister. *Kedua*, masih sedikitnya program magister Komunikasi dan Penyiaran Islam di berbagai perguruan tinggi, misalkan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, UIN Sunan Ampel Surabaya, dan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Bidang Garap dalam Transformasi Pendidikan

Berkaitan dengan pendapatnya dari Amin Abdullah yang mengatakan bahwa ada empat bidang perubahan yang perlu digarap terus-menerus dalam transformasi IAIN menuju UIN. Pertama, pengembangan akademik. Kedua, pengembangan kelembagaan dan sistem manajemen. Ketiga, pengembangan sumber daya manusia. Keempat, pengembangan sarana dan prasarana fisik/infrastruktur (Abdullah, 2004, 2007).

Pertama, pengembangan akademik. Saat ini telah memasuki era *new media* yang menuntut lembaga pendidikan menyesuaikan tuntutan yang dibutuhkan oleh zaman. Oleh karena itu, mulai tahun 2015, program studi KPI IAIN Surakarta telah menerapkan kurikulum KKNI (Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia) sehingga, dapat mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Selain itu, di wilayah karesidenan

Surakarta ini terdapat banyak kantor media massa, baik cetak (Solopos, Radar Solo, Joglo Semar) maupun elektronik (TATV, HizFm, Al Hidayah FM, MH FM, SoloTV). Kondisi ini menjadi peluang bagi mahasiswa program studi KPI dalam melakukan magang kerja di media. Selain itu, banyaknya kantor media massa di Surakarta ini juga menjadi peluang dan modalitas untuk pengembangan KPI menuju program magister. Hal ini sesuai dengan penelitian Darmawan & Zaidi (2018) dan Novita (2018) bahwa salah satu wujud pengembangan adalah dengan meningkatkan kerja sama dengan berbagai pihak.

Kedua, pengembangan kelembagaan dan sistem manajemen. Adanya wacana alih status IAIN Surakarta menjadi UIN Surakarta menjadi peluang bagi perguruan tinggi tersebut untuk mengembangkan lembaga-lembaga yang ada, termasuk membuka program studi yang baru baik di fakultas maupun di pascasarjana. Pembukaan program studi baru termasuk ilmu-ilmu agama maupun ilmu-ilmu umum menjadi peluang bagi IAIN Surakarta menjadi lembaga yang unggul, terdepan, dan berkembang sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin pesat. Secara historis, pada awalnya kampus ini bernama STAIN Surakarta pada tahun 1992 dan kemudian beralih status menjadi IAIN Surakarta pada tahun 2011 dan harapannya pada tahun 2020 nantinya akan beralih status menjadi UIN Surakarta. Peluang pengembangan kelembagaan dan sistem manajemen ditandai dengan beberapa indikator, misalnya jumlah mahasiswa IAIN Surakarta saat ini sudah mencapai 12.000 orang, jumlah program studi 22 buah, jumlah dosen 170 orang, jumlah guru besar ada 3 orang, jumlah dosen yang bergelar Doktor sudah hampir 50 %. Realita itu semua menjadi modalitas berharga untuk merealisasikan alih status IAIN Surakarta menjadi UIN Surakarta. Realisasi transformasi IAIN Surakarta menjadi UIN Surakarta salah satunya dapat dibantu dengan pengembangan lembaga dalam bentuk membuka program baru, misalkan program magister Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).

Ketiga, pengembangan sumber daya manusia. Program studi KPI IAIN Surakarta mempunyai sumber daya manusia (SDM) yang mempunyai kapasitas. Jumlah dosen tetap program studi KPI ada sepuluh orang (empat orang sudah bergelar Doktor, tiga orang bergelar Magister, dan tiga orang sedang menempuh studi lanjut S3 di Universitas Sebelas Maret Surakarta dan IAIN Surakarta. Rincian empat orang dosen yang bergelar doktor tersebut adalah dua orang mengambil program studi Kajian Budaya dan Media (KBM) UGM, sedangkan dua orang dosen lainnya mengambil program studi *Islamic Studies* di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Di samping itu, animo masyarakat untuk memasuki program studi KPI cukup besar. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya data dari bagian akademik fakultas maupun institut selama kurun waktu tiga tahun terakhir ini (2016, 2017, 2018).

Ada potensi munculnya ancaman apabila melonjaknya jumlah mahasiswa yang cukup signifikan tersebut tidak ditindaklanjuti secara cepat oleh pimpinan di tingkat fakultas maupun institute. Potensi ancaman tersebut adalah rasio dosen dan mahasiswa menjadi tidak ideal. Bila hal ini dibiarkan terus-menerus, maka akan berimbas pada beban kerja para dosen dan pemangku jabatan di program studi KPI menjadi berlebihan. Efek selanjutnya, hal ini menjadikan dosen-dosen kurang produktif untuk menulis artikel, baik di media massa maupun di jurnal-jurnal penelitian. Selain itu, nilai akreditasi dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) sulit memperoleh nilai A karena belum idealnya rasio antara jumlah mahasiswa dengan jumlah dosen tetap program studi. Ancaman lain adalah banyaknya kampus di wilayah Surakarta yang memiliki program studi dan fakultas komunikasi yang telah terakreditasi A oleh BAN-PT. Atas dasar ini, maka pengembangan sumber daya manusia perlu diupayakan baik di tingkat fakultas maupun institut. Terlebih lagi untuk mempersiapkan transformasi IAIN Surakarta menuju UIN Surakarta dan persiapan dibukanya program magister KPI. Hal ini sesuai dengan

penelitian Darmawan & Zaidi (2018) dan Novita (2018) bahwa salah satu wujud pengembangan adalah dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Keempat, pengembangan sarana dan prasarana fisik/infrastruktur. Secara geografis, lokasi kampus IAIN Surakarta berada pada wilayah segitiga emas (Surakarta, Semarang, dan Yogyakarta) merupakan daerah yang strategis untuk pengembangan kampus dan sosialisasi kepada khalayak. Di samping itu, status kampus IAIN Surakarta sebagai salah satu perguruan tinggi negeri yang berbasiskan aama Islam menjadi daya tarik tersendiri bagi pasar untuk menjadi mahasiswa program studi KPI karena biaya pendidikan yang relatif murah dibandingkan dengan program studi-program studi serupa di Indonesia. Meskipun demikian, fasilitas sarana dan prasarana program studi KPI IAIN Surakarta sudah relatif lengkap walau masih memerlukan peningkatan. Misalkan, tersedianya laboratorium TV, laboratorium radio, laboratorium jurnalistik, dengan kelengkapan alat yang memadai. Dengan adanya kelebihan tersebut (berupa biaya yang relatif murah dan banyaknya animo untuk masuk ke program studi KPI), maka bisa menjadi modalitas untuk pengembangan sarana dan prasarana infrastruktur. Pengembangan sarana dan prasarana tersebut dapat diwujudkan dalam beberapa hal, misalkan pengembangan laboratorium komunikasi dan penyiaran Islam serta pembangunan fasilitas lain yang dibutuhkan oleh komunikasi dan penyiaran Islam baik di tingkat S1 maupun S2.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adanya tren berkembangnya sistem teknologi dan informasi di belahan dunia ini mengakibatkan semakin kompleksnya permasalahan di bidang tersebut. Di sisi lain, setiap segmen dalam masyarakat juga dituntut untuk merespons kondisi tersebut, tak terkecuali IAIN Surakarta sebagai

institusi pendidikan tinggi. IAIN Surakarta memiliki program studi yang mampu mencetak mahasiswa dengan luaran keterampilan di bidang komunikasi dan informasi, yaitu program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Setiap tahun, mahasiswa program studi mencapai 160 sampai 170 mahasiswa. Atas dasar ini, maka peminat kajian komunikasi dapat dianggap tinggi. Di sisi lain, setiap tahun program studi KPI meluluskan kisaran 80 sampai 85 mahasiswa, sehingga alumni program studi KPI dianggap banyak. Selain itu, adanya tren pengembangan IAIN Surakarta menuju UIN Surakarta serta sudah memadainya sumber daya manusia (dosen pengajar), rekanan kerjasama, fasilitas laboratorium, menjadi faktor tambahan bahwa perlunya pengembangan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam menuju program magister. dan melihat banyaknya alumni program studi KPI memperkuat argumen pentingnya dibukanya magister KPI di IAIN Surakarta. Terakhir, pengembangan program studi KPI menuju program magister serta transformasi IAIN Surakarta menuju UIN Surakarta hendaknya diimbangi dengan kekhasan, yaitu model pembelajaran yang mengintegrasikan keilmuan umum dan keilmuan agama.

Saran

Saran yang dirumuskan berdasarkan penelitian ini ditujukan oleh beberapa pihak. Pertama, kepada peneliti selanjutnya hendaknya semakin memperbanyak penelitian terkait pengembangan program studi ke arah magister sebagai modalitas dalam meningkatkan kualitas institusi pendidikan dengan pendekatan yang semakin komprehensif. Kedua, kepada institusi pendidikan, khususnya IAIN Surakarta, pembukaan program magister Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang potensial hendaknya segera ditindaklanjuti dengan merumuskan kebijakan untuk mempersiapkan hal tersebut, seperti peningkatan kualitas sumber daya manusia, sarana dan prasarana, serta kurikulum.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, Z. (2017). Pengembangan Kompetensi Profesi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2(1), 87–110. <https://doi.org/10.22515/balagh.v2i1.628>
- Abdullah, M. A. (2003). Membongkar Epistemologi Ilmu Pengetahuan: Sebuah Upaya Reintegrasi-Etika Tauhidik sebagai Dasar Kesatuan Epistemologi Keilmuan Umum dan Agama. In J. Wahyudi (Ed.), *Menyatukan Kembali Ilmu-ilmu Agama dan Umum: Upaya Mempertemukan Epistemologi Islam dan Umum*. Yogyakarta: Suka Press.
- Abdullah, M. A. (2004). *Laporan Rektor Dari LAIN ke UIN: Membangun Kembali Kampus Masa Depan yang Mencerahkan Umat*. Yogyakarta.
- Abdullah, M. A. (2007). Desain Pengembangan Akademik IAIN Menuju UIN Sunan Kalijaga. In M. A. Abdullah (Ed.), *Islamic Studies : Dalam Paradigma Integrasi Interkoneksi (Sebuah Antologi)*. Yogyakarta: Suka Press.
- Abdurrahman, M. (2005). *Islam yang Memihak*. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara.
- Achmadi. (2005). *Ideologi Paradigma Humanisme Teosentris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Adnani, K., & Fathan. (2010). Trend Skripsi Mahasiswa Prodi KPI Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Surakarta Tahun 2003-2011. *Naadya : Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi LAIN Surakarta*, 13, 30.
- Adnani, K., Hudaya, A., & Fahmi, M. (2012). Reorientasi Kurikulum Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta. *Kodifikasi*, 6(1), 1–16.
- Atmaja, L. S. (2008). *Teori dan Praktek Manajemen Kenangan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Darmawan, C., & Zaidi, M. H. B. (2018). Strategi Pengembangan Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah dengan Kerangka SWOT. *Wardah: Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 19(1), 82–102.

- Effendy, O. U. (2012). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, M. (2014). Pendekatan Integratif-Interkoneksi: Tinjauan Paradigmatik dan Implementatif dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Ta'dib: Journal of Islamic Education*, 19(02), 276–290.
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp. 37–51). New York, USA: The Institute for Religious and Social Studies.
- Lasswell, H. D. (2007). The Structure and Function of Communication in Society. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 24, 215–228.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man* (T. M. Press, ed.). Cambridge, Massachusetts, United States.
- Minhaji, A. (2003). Transformasi IAIN Menuju UIN: Sebuah Pengantar. In J. Wahyudi (Ed.), *Menyatukan Kembali Ilmu-ilmu Agama dan Umum: Upaya Mempertemukan Epistemologi Islam dan Umum*. Yogyakarta: Suka Press.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhaimin. (2004). *Wacana Pengembangan Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muhaimin. (2012). *Paradigma Pendidikan Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhaimin. (2014). *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam di Sekolah, Madrasah, dan Perguruan Tinggi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Novita, D. (2018). Strategi Pengembangan Program Studi Dalam Meningkatkan Perolehan Jumlah Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Manajemen KINERJA*, 4(1), 30–45.
- Nuryanto, A. (2017). Kritik Budaya Akademik Di Pendidikan Tinggi. *The Journal of Society & Media*, 1(1), 35. <https://doi.org/10.26740/jsm.v1n1.p35-42>
- Penyusun. (2014). *Buku Panduan Pelaksanaan Praktek Pengalaman Lapangan/ PPL Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Surakarta*. Surakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan IAIN Surakarta.

- Rosana, D. (2016). Analisis Trend Penelitian Pendidikan Sains. *Prosiding Seminar Nasional: Optimasi Active Learning Dan Character Building Dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa Di Era MEA*, 487–495. Retrieved from http://eprints.uad.ac.id/3430/1/Dadan_Rosana_UNY2.pdf
- Siswanto. (2013). Perspektif Amin Abdullah tentang Integrasi Interkoneksi dalam Kajian Islam. *Teosofi :Journal Tasawuf Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 377–409. <https://doi.org/10.15642/teosofi.2013.3.2.376-409>
- Sriyanto, A. (2018). Mahasiswa dan Keputusan Memilih Jurusan (Analisis Kuantitatif Pada Mahasiswa KPI IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018). *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2(3), 235–258. <https://doi.org/10.22515/balagh.v3i2.1386>
- Susilowati, E., & Pratiwi, R. Z. B. (2018). Kepuasan Mahasiswa KPI IAIN Surakarta dalam Pemilihan Konsentrasi Jurusan. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 259–292. <https://doi.org/10.22515/balagh.v3i2.1388>
- Sutarto, D. (2017). Epistemologi Keilmuan Integratif-Interkoneksi M. Amin Abdullah dan Resolusi Konflik. *Trias Politika*, 1(2), 75–88.
- Sutrisno. (2005). *Revolusi Pendidikan di Indonesia (Membedah Metode dan Teknik Pendidikan Berbasis Kompetensi)*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Triatmo, A. W. (2012). Visi, Misi, dan Struktur Kurikulum Fakultas. *Makalah Diskusi Bulanan Dosen (Tidak Dipublikasikan)*.

KETENTUAN PENULISAN ARTIKEL

1. Artikel bersifat ilmiah berisi hasil riset empiris atau gagasan konseptual dan belum pernah dipublikasikan di sebuah jurnal. Artikel juga bukan merupakan satu bab utuh dari tesis atau disertasi.
2. Panjang artikel antara 15-30 halaman, tidak termasuk judul, abstrak (abstract), kata kunci (keywords), dan bibliografi.
3. Artikel terdiri dari beberapa bagian, yaitu: judul, nama penulis, abstrak (200-250 kata), kata kunci (maksimal 5 kata), dan bibliografi, dengan detail ketentuan sebagai berikut:
 - Penulisan judul tidak boleh lebih dari lima belas (15) kata.
 - Nama penulis ditulis lengkap tanpa gelar, dilengkapi dengan asal institusi, alamat korespondensi (e-mail address), serta nomor telephone/handphone.
 - Abstrak terdiri dari konteks diskursus area disiplin; tujuan penulisan artikel; metodologi (jika ada); temuan riset; kontribusi tulisan di dalam area disiplin. Abstrak ditulis dalam bahasa Inggris dan Indonesia.
 - Pendahuluan terdiri dari pemetaan penelitian terdahulu (literature review, sebaiknya temuan riset sepuluh tahun terakhir) dan novelty tulisan; batas permasalahan yang dibahas; dan argumentasi utama tulisan.
 - Pembahasan berisi proses reasoning argumentasi utama tulisan.
 - Kesimpulan berisi jawaban atas permasalahan tulisan, berdasarkan perspektif teoritis dan konseptual yang dibangun oleh penulis.
 - Referensi mencantumkan sumber pustaka yang menjadi rujukan.
 - Gaya kutipan menggunakan American Psychological Association (APA) 6th Edition, memakai model pengutipan body note (penulis tahun), dengan ketentuan detail sebagai berikut:

1. Book

Dalam referensi ditulis :

Azwar, S. (2016). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Di dalam kutipan ditulis : (Azwar, 2016)

2. Edited book(s)

Dalam referensi ditulis :

Cone, J. D. (1999). Observational assessment: Measure development and research issues. dalam P. C. Kendall, J. N. Butcher, & G. N. Holmbeck (Eds.), *Handbook of research methods in clinical psychology* (pp. 183-223). New York: Wiley.

Di dalam kutipan ditulis : (Cone, 1999)

3. E-book(s)

Dalam referensi ditulis :

Sukanta, P. O., ed. (2014). *Breaking the Silence: Survivors Speak about 1965-66 Violence in Indonesia (translated by Jemma Purdey)*. Clayton: Monash University Publishing. Diakses dari <http://books.publishing.monash.edu/apps/bookworm/view/Breaking+the+Silence%3A+Survivors+Speak+about+1965%E2%80%9366+Violence+in+Indonesia/183/OEBPS/cop.htm>, tanggal 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Sukanta, 2014)

4. Article of the Journal

a. Journal With Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Tekke, M., & Ghani, F. (2013). Examining Career Maturity Among Foreign Asian Students : Academic Level. *Journal of Education and Learning*. Vol. 7 (1), 29-34. DOI: <http://dx.doi.org/10.11591/edulearn.v7i1.173>

Di dalam kutipan ditulis : (Tekke & Ghani, 2013)

b. Journal Without Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Arbiyah, N., Nurwianti, F., & Oriza, D. (2008). Hubungan bersyukur dengan subjective well being pada penduduk miskin. *Jurnal Psikologi Sosial*, 14(1), 11-24.

Di dalam kutipan ditulis : (Arbiyanti, Nurwianti, & Oriza, 2008)

c. E-Journal

Dalam referensi ditulis :

Crouch, M. (2016). "Constitutionalism, Islam and the Practice of Religious Deference: the Case of the Indonesian Constitutional Court." *Australian Journal of Asian Law* 16, 2: 1-15. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2744394, diakses 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Crouch, 2016)

5. Article Website

a. Dengan Penulis

Dalam referensi ditulis :

Hendrian, D. (2016, Mei 2). *Memprihatinkan Anak Pengguna Narkoba Capai 14.000*. Retrieved September 27, 2017, from <http://www.kpai.go.id/berita/memprihatinkan-anak-pengguna-narkoba-capai-14-ribu/>

Di dalam kutipan ditulis : (Hendrian, 2016)

b. Tanpa Penulis

Six sites meet for comprehensive anti-gang initiative conference. (2006, November/December). OJJDP News @ a Glance. Retrieved from: http://www.ncjrs.gov/html/ojjdp/news_acglance/216684/topstory.html tanggal 10 Agustus 2012.

Di dalam kutipan ditulis : (http://www.ncjrs.gov/htmllojdp/news_acglance/216684/topstory.html, 2006)

6. Skripsi, Tesis, atau Disertasi Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Saifuddin, A. (2016). *Peningkatan Kematangan Karier Peserta Didik SMA Melalui Pelatihan Reach Your Dreams dan Konseling Karier* (Tidak Diterbitkan). Surakarta : Magister Psikologi Profesi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Saifuddin, 2016)

7. Manuskrip Institusi Pendidikan Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Nuryati, A., & Indati, A. (1993). *Faktor-faktor yang memengaruhi prestasi belajar*. Unpublished Manuscript, Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Nuryati & Indati, 1993)

4. Penulisan gaya pengutipan dihimbau menggunakan perangkat citation manager, seperti Mendeley, Zotero, EndNote, RefWorks, BibText dan lain sebagainya dengan memakai American Psychological Association (APA) 6th Edition.
5. Transliterasi bahasa Arab menggunakan standar International Journal of Middle Eastern Studies, detail transliterasi dapat diunduh di <http://ijmes.chass.ncsu.edu/docs/TransChart.pdf>
6. Artikel bebas dari unsur plagiat, dengan melampirkan bukti (screenshot) bahwa artikel telah dicek memakai piranti lunak antiplagiat, misalnya, tetapi tidak terbatas pada, plagiarism checker (plagiarisme.com).