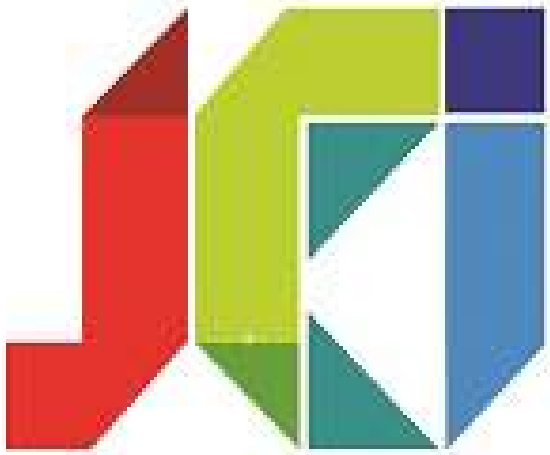
ISSN: 2088-6314



Jurnal

KOMUNIKASI ISLAM

TERAKREDITASI MENRISTEKDIKTI, SK. NO. 2/E/KPT/2015

Diterbitkan oleh:
Program Studi Komunikasi & Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya dan Asosiasi Profesi Dakwah Islam Indonesia

Indonesian Muslims' Cognitive Pattern on Social Media During Political Disagreements

Rena Latifa[1], - rena.latifa@uinjkt.ac.id
Abdul Rahman Shaleh[2], - abd.rahman.shaleh@uinjkt.ac.id
Melanie Nyhof[3] - melanie.nyhof@gmail.com

Abstract: The 2017 Jakarta governor election had encouraged polarization among Muslims, including among media social users: those who agreed and those who disagreed with voting for Basuki Ahok Tjahaja Purnama since he was prosecuted for allegedly committing blasphemy. This study has examined the cognitive pattern amongst disputants: whether cognitive pattern and religiosity contribute to political disagreements or not. Participants were Indonesia's Muslim social media users (N= 300). Using multiple regression analysis, the findings have demonstrated that analytical thinking produces higher disagreement than holistic thinking. In addition, higher level of religiosity produces higher disagreement.
Keywords: Indonesian Muslim, political disagreements, cognitive pattern, social media

Abstrak: Pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017 memantik polarisasi di kalangan umat muslim, termasuk di kalangan muslim pengguna media sosial. Ada yang setuju dan ada yang tidak setuju untuk memilih Basuki Ahok Tjahaja Purnama sebagai gubernur. Studi ini membahas apakah pola kognitif dan religiusitas berkontribusi pada ketidaksepemahaman politik; pola kognitif seperti apa (analitis atau holistik) yang paling banyak diikuti umat Islam? Responden penelitian adalah umat Islam pengguna media sosial (N = 300). Melalui analisis regresi berganda, studi ini menemukan bahwa pola kognitif-analitis mendorong terjadinya *political disagreement* lebih tinggi daripada pola kognitif-holistik. Selain itu, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka semakin tinggi pula kemungkinan *political disagreement* itu terjadi.

[1] Lecturer at Faculty of Psychology, State Islamic University Jakarta, Indonesia
[2] Lecturer at Faculty of Psychology, State Islamic University Jakarta, Indonesia
[3] Visiting lecturer at Indiana University-South Bend, USA

Introduction

In the realm of political behavior, a recent revival of interest in disagreement stems from normative theories of political deliberation that promote a different view of how representative democracy functions effectively. Though liberal democratic theories emphasize the need for individuals to be civically engaged in order to be politically active, deliberative theories focus on collective processes and the exchange of viewpoints. While theoretical discussion of deliberative democracy is lively and well developed, empirical scholarship on the mass public has focused principally on the question of the behavioral impact of political disagreement (Klofstad, Sokhey, & McClurg, 2012, p.1).

Indonesia is a genuine democracy incorporating open society, religious, and ethnic pluralism. Its national motto even translates as 'Unity in Diversity". For decades, it has advertised itself to the world as a shining example that Islam and democracy are not incompatible. But the bitter election campaign to choose Jakarta's next Governor gives the lie to these claims, conducted as it has been in an increasingly tense atmosphere of religious and racial discrimination and rising intolerance that has seen the incumbent candidate (Ahok) accused of blasphemy and Islamist hard-liners charged with treason. This tense atmosphere also occurs in Indonesian-Muslims' social media society, which is polarized into two groups: those who agree and those who disagree with voting for Ahok as the next Governor. Political disagreement produces patterns of partisan polarization by increasing negative emotions (i.e., anxiety, anger) toward out-groups and out-group members and decreasing positive emotions (i.e., enthusiasm, hope) toward in-groups and in-group members, such as political parties or candidates (Parsons, 2010).

We suspect that Indonesian-Muslims' social media society holds important potential in explaining their disagreement. Increasingly widespread knowledge in social media creates an explosion of information - including misinformation, which triggers diversity in belief, differences in judgment, and disagreements. While some evidence suggests that political discussion in social networks positively influences political participation (Klofstad, 2007; McClurg, 2003), others find

that discussion in the presence of disagreement reduces participation (Huckfeldt et al. 2004) and increases ambivalence. Experiencing debate over even the most fundamental of disagreements with a reciprocal exchange of views can instill a powerful sense of tolerance for those expressing those view, but on the other hand, exposure to disagreements may also lead to intergroup conflict (Djupe & Calfano, 2012).

In short, the consequences of everyday political disagreement remain unclear. Some research indicates that disagreement between citizens makes those in the minority less likely to vote in line with their underlying partisanship (Huckfeldt and Sprague 1988; Sokhey and McClurg 2012), that it increases opinion ambivalence (Mutz 2002b, 2006), and that it decreases political participation (McClurg 2003; Mutz 2002b; 2006). Other research suggests that such findings are overstated either because they are conditional on other attributes of social networks or are nonexistent (Huckfeldt, Johnson, and Sprague 2004; McClurg 2006b; Nir 2005). Clarity about what produces such divergent results is needed so we can better assess how political conflict between individuals affects the quality of citizenship. It is in this intellectual context that we revisit what is meant by "everyday political disagreement," that we reconsider how to measure it in the real world, and that we reassess its implications for empirical analyses and, ultimately, democratic practice.

This study identified the cognitive pattern among disputants which focused on what kind of cognitive pattern (holistic or analytical pattern) do Indonesian Muslims experience most? What is the religiosity level among disputants? Whether cognitive pattern contributes to political disagreements? Whether religiosity contributes to political disagreements? Whether seeking and sharing political updates can contribute to political disagreements?

Literature Review

Everyday political disagreement refers to conversations where individuals are exposed to viewpoints that are different from their own. Such exchanges are particularly important for understanding political behavior because without the possibility of learning new information or views, there is little opportunity for social communication to alter past patterns of behavior. Put another way, disagreement drives social influence (McPhee, Ferguson, and Smith, 1963; Sprague, 1982 cited in Klofstad, et al., 2012, p. 2). Political disagreement is also important because it may help us understand how individual preferences translate into citizen inputs into the political system. When there is no exchange of views between citizens, the lines of debate are hard and fast and potentially inhibit compromise among representative officials. That is, preferences are relatively fixed, and the ability of governments to provide representation becomes largely a function of institutional design (Dahl, 1963). Yet when there is some exchange of views between citizens, public representation becomes a matter not just of how we aggregate preferences through institutions, but of how the public reacts to different viewpoints and adjusts its own behavior. For example, if conflicting views create intolerance for others' preferences, it can delegitimize governing elites who do not share the ideas of majorities. Or, if conflict causes some groups of voters (e.g., majority opinion holders) to express their opinions more insistently and to participate more than other groups (e.g., minority opinion holders), then government may be more responsive to some groups than others (Noelle-Neuman, 1993). It is also possible that disagreement affects preferences themselves, suggesting that what is in the public's interest is a dynamic phenomenon that changes as we deliberate, potentially leading to "better" public opinion and policy outputs (Fishkin,

1995). Accordingly, there is acute interest in how much disagreement occurs between citizens in their everyday lives. Yet in what has become a hallmark of this literature, even the basic question of how much disagreement exists between citizens is itself contested. For example, Huckfeldt, Johnson, and Sprague (2004) have argued that disagreement is the modal condition in the American electorate (based upon average network size and various probabilities of disagreement between any two members). Conversely, Mutz (2006) makes an argument for low levels of disagreement. She notes that not only are levels of disagreement between dyads very low in national probability samples, but that levels of communication in those dyads a real so exceptionally low. Inshort, despite examining similar data, Mutz and Huckfeldt and colleagues draw largely opposite conclusions.

Almost all political science studies of everyday political disagreement employ measurements that focus on some aspect of discussion occurring across lines of political difference. However, this is where agreement about disagreement ends. The basic theoretical question is as follows: at what point do political conversations become disagreeable and start affecting political behavior? This point is illustrated by contrasting the measures used in two of the most cited studies in the field: Huckfeldt, Johnson, and Sprague's (2004) Political Disagreement, and Mutz's (2006) Hearing the Other Side. Defining the underlying concept of disagreement is not the main thrust of either study. However, their different measurement strategies reflect distinct theoretical predilections in turn, these bracket the potential range of conceptual definitions that could be used to derive measurements of disagreement. By bringing such predilections to the forefront, we can bring order to this literature, point to a venues for further research, and more generally, make further progress in understanding the role that political disagreement plays in American civil society.

Huckfeldt, Johnson, and Sprague measure disagreement as discord in the vote choice of a respondent and her discussant. In this approach, a person who prefers one presidential candidate encounters disagreement even if his or her discussant prefers no presidential candidate. There are many conceptual benefits to such a measurement

approach: it is anchored in political preferences, it is about an individual's perceptions of his or her communication environment, and we have a very good sense of what the disagreement is about (i.e., a candidate, even if we do not know specifics about issue content). At the same time, this measurement maybe more appropriately conceive do fast measuring the absence of agreement rather than the presence of disagreement. In turn, this may overstate the importance of social exchanges with low political salience; that is, exchanges that do not really create the pronounced opportunities for learning that are central to theories of disagreement and deliberative democracy. In this sense, the underlying concept emphasizes a measure that is anchored in preferences that are relatively concrete, but exchanges that have minimal conflict, and thus may not always be perceived clearly or judged to be salient by the parties in the exchange (Huckfeldt and Sprague, 1988; Mutz and Martin, 2001).

Mutz seeks to measure survey respondents' perceptions of how much they disagree with their named discussants. Specifically, her approach is to create an index of disagreement that combines information from a variety of survey questions, including shared vote preferences, shared partisan preferences, general perceptions of disagreement, general perceptions of shared opinions, and levels/ frequencies of disagreement. The strength of this measure is that it does not rely solely on vote choice for determining whether disagreement may exist; it instead focuses on the respondents' explicit recognition of disagreement during social exchanges. Another potential strength is that this approach measures exposure to disagreement by including the frequency of political discussion in the index, rather than assuming that disagreement is not reliant on frequency of interaction. Unlike the Huckfeldt, Johnson, and Sprague measure, this one is weighted toward more intense disagreements. As a consequence, we argue that Mutz's approach potentially overlooks what we see as the more common, but less intense, discussions in which differing viewpoints are exchanged. These two approaches give us insight into the deeper theoretical problem surrounding everyday political disagreement. At question is both presence and degree that is, what constitutes disagreement in a

network, and given that condition, how do we gauge "amount"? If we conceptualize a hypothetical conversation between two people, we could classify any political discussion they have as falling between two possible endpoints: complete agreement or complete disagreement about politics. From this, we can then begin to think about the point at which a conversation is best characterized as being agreeable or disagreeable.

Cultural psychologists have consistently found different patterns of thinking and perception in different societies, with some cultures demonstrating a more analytic pattern and others a more holistic pattern. Analytic cognition is characterized by taxonomic and rule-based categorization of objects, a narrow focus in visual attention, dispositional bias in causal attribution, and the use of formal logic in reasoning. In contrast, holistic cognition is characterized by thematic and family-resemblance-based categorization of objects, a focus on contextual information and relationships in visual attention, an emphasis on situational causes in attribution, and dialecticism (Nisbett, Peng, Choi, & Norenzayan, 2001). What unites the elements of the analytic style is a tendency to focus on a single dimension or aspect—whether in categorizing objects or evaluating arguments—and a tendency to disentangle phenomena from the contexts in which they are embedded—for example, focusing on the individual as a causal agent or attending to focal objects in visual scenes. What unites the elements of the holistic style is a broad attention to context and relationships in visual attention, categorizing objects, and explaining social behavior.

Four domains as the essential constructs of the analytic–holistic thinking dimension: locus of attention (parts vs. whole), causal theory (dispositional vs. interactional), perception of change (linear vs. cyclic), and attitude toward contradictions (formal logic vs. naïve dialecticism). Analytic-Holistic (AH) thinking, in particular, appears to influence information selection, attribution, and ultimately, sense making (Hua, 2017).

The culture and cognition literature, which has focused largely on elucidating East–West variation in basic cognition (i.e., thinking styles and lay belief systems), has characterized East Asian thought as empha-

sizing holistic thinking and Western thought as emphasizing analytical thinking. Holistic and analytical thinking can be conceptuallized as broad, overarching interpretive constructs or "cultural syndromes" (Triandis, 1995) that can help illuminate behavior both across and within cultures (Kashima, 2009). Holism is a loose association of cognitive tendencies or lay beliefs that is more frequently found in East Asian than in Western cultures and that perhaps can be depicted best by the yin/yang symbol (Rodgers, 2010).

Regarding perception of change, holistic thinkers are more likely to expect constant change due to the complex interactions between phenomena while analytic thinkers are more likely to believe that the future is predictable and that phenomena will proceed in similar patterns as they have in the past (Peng & Nisbett, 1999). For instance, if the value of a stock is decreasing, an analytic thinker will be more likely to believe that the value will continue to decrease over time. Finally, holistic thinkers are more tolerant towards contradictions. They are more likely to accept that two seemingly contradictory propositions could be simultaneously true and even complementary to each other while analytic thinkers are more likely to feel that only one proposition can be true at a time.

Analytic style correlate to independent: freedom of thinking, freedom of expression (agree and or disagree expression). Holistic style correlate to interdependent: collectivism, harmony, socially engage, which prevent or avoid disagreement and conflict. Hypothesis1: analytical thinking produce higher disagreement than holistical thinking. Hypothesis 2: Does Religiosity predict low level or high level of disagreement? Religion related to peace, acceptance, respect, harmony. Religious persons tend to be uncompromising; religion as a source of conflict (Brahm, 2005).

Methodology

Participants are Indonesian-Muslim social media users (N=390). Participants are come from different kind of ethnic

groups, such Javanese (37.7%), Sundanese (23.1%), Minang (10.3%), etc as we can see in Table 1.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jawa	147	37.7	37.7	37.7
Sunda	90	23.1	23.1	60.8
minang	40	10.3	10.3	71.0
betawi	69	17.7	17.7	88.7
Batak	11	2.8	2.8	91.5
melayu	15	3.8	3.8	95.4
Bugis	11	2.8	2.8	98.2
lainnya	7	1.8	1.8	100.0
Total	390	100.0	100.0	

Table 1 'Ethnic group data'

In the beginning of the questionnaire, we also deliver a question: "during the last six months, did you talk with anyone in social media about government or elections?"

Instruments: (1) The Centrality of Religiosity Scale by Huber & Huber (2012), (2) Cognitive Pattern Scale by Varnum et al (2010), (3) Political Disagreements (Klofstad, Sokhey & McClurg, 2012).

The Centrality of Religiosity Scale (CRS) by Huber & Huber (2012). The Centrality of Religiosity Scale (CRS) is a measure of the centrality, importance or salience of religious meanings in personality. It has been developed by Huber and has yet been applied in more than 100 studies in sociology of religion, psychology of religion and religious studies in 25 countries with in total more than 100,000 participants. The largest single application is in the global religion monitor with representative samples in 21 countries However, no comprehendsive overview on the scale comprising a base for its practical application is yet available in English. The present paper aims to close this desideratum. It consists of four parts: first we introduce the basic ideas and construction principles of the CRS, second we sketch the model of religiosity on which the CRS is based on. Third, we provide a taxonomy of the different versions of the CRS. Finally, norm values from 21 nations are provided.

Dimension Items for both the basic and interreligious versions Basic CRS versions Additional Items for the interreligious versions only Interreligious CRSi versions:

a. Intellect 01: How often do you think about religious issues?
b. Ideology 02: To what extent do you believe that God or something divine exists?
c. Public practice 03: How often do you take part in religious services?
d. Private practice 04: How often do you pray? 04b: How often do you meditate?
e. Experience 05: How often do you experience situations in which you have the feeling that God or something divine intervenes in your life? 05b: How often do you experience situations in which you have the feeling that you are in one with all?
f. Intellect 06: How interested are you in learning more about religious topics? Ideology 07: To what extend do you believe in an afterlife—e.g. immortality of the soul, resurrection of the dead or reincarnation?
g. Public practice 08: How important is to take part in religious services?
h. Private practice 09: How important is personal prayer for you? 09b: How important is meditation for you?
i. Experience 10: How often do you experience situations in which you have the feeling that God or something divine wants to communicate or to reveal something to you? 10b: How often do you experience situations in which you have the feeling that you are touched by a divine power?
j. Intellect 11: How often do you keep yourself informed about religious questions through radio, television, internet, newspapers, or books?
k. Ideology 12: In your opinion, how probable is it that a higher power really exists Public practice 13: How important is it for you to be connected to a religious community?

l. Private practice 14: How often do you pray spontaneously when inspired by daily situations? 14b: How often do you try to connect to the divine spontaneously when inspired by daily situations?
m. Experience 15: How often do you experience situations in which you have the feeling that God or something divine is present?

The cognitive pattern scale was adapted from Varnum, et.al (2010), which divided cognitive pattern as analytic and holistic. *Analytic cognition* is characterized by (1) taxonomic and rule-based categorization of objects, (2) a narrow focus in visual attention, (3) dispositional bias in causal attribution, and (4) the use of formal logic in reasoning. *Holistic cognition* is characterized by (1) thematic and family-resemblance- based categorization of objects, (2) a focus on contextual information and relationships in visual attention, (3) an emphasis on situational causes in attribution, and (4) dialecticism.

Analytic cognition	Holistic cognition
Field independent	Field dependent
Narrow	Broad
Focus on salient objects with intent to manipulate them	Focus on relationship of elements, background
Taxonomic, focus on a single dimension or shared property	Thematic, focus on functional relationship or overall similarity
Dispositional	Situational
Traits and attributes of individuals determine events	External forces, context, and situations determine events
Analytic	Dialectical
Use of formal logic	Middle Way philosophy
Trends continue	Trend reversals are likely

Table 2 'The cognitive pattern scale'

Political Disagreement: the respondent's perception of how much disagreement is occurring in his or her network (Klofstad, Sokhey & McClurg, 2012): (1) disagree with others' political choice, (2) disagree related to ethnic/religious discrimination, (3) disagree related to fake

news, or an instance of defamation. We use path analysis to analyze the data.

Finding and Discussions

This research shows us that 64.9% respondents have an analytic pattern of cognition, while 35.1 % have a holistic cognition, as mentioned in Table 3 and Table 4.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Cognitive Pattern	390	10.85	67.95	50.0000	8.75426
Political Disagreement	390	19.83	61.94	50.0000	9.63833
Religiousity	390	10.34	65.23	50.0000	9.35002
Valid N (listwise)	390				

Table 3 'Descriptive statistics'

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Low	137	35.1	35.1	35.1
	High	253	64.9	64.9	100.0
	Total	390	100.0	100.0	

Table 4 'Categorization of cognitive pattern'

Meanwhile, we can also see the political disagreement score from the Table 5. Most respondent have higher political disagreement score (62.3%), and 37.7% experience low political disagreement. Respondent also have high religiosity score (66.2%) and low religiosity score (33.8%), as seen in Table 6.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	low	147	37.7	37.7	37.7
	high	243	62.3	62.3	100.0
	Total	390	100.0	100.0	

Table 5 'Political disagreement score'

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	low	132	33.8	33.8	33.8
	high	258	66.2	66.2	100.0
	Total	390	100.0	100.0	

Table 6 'Religiosity score'

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.291[a]	.085	.080	9.24414

a. Predictors: (Constant), Religiosity, Cognitive Pattern

Tabel 7 'Model summary'

Moreover, from the Table 8 we can see that religiosity and cognitive pattern predict political disagreement about 85%.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3066.354	2	1533.177	17.942	.000[b]
	Residual	33070.767	387	85.454		
	Total	36137.122	389			

a. Dependent Variable: Political Disagreement

b. Predictors: (Constant), Religiosity, Cognitive Pattern

Table 8 'Religiosity and cognitive pattern predict political disagreement'

From the Table 9 we can see cognitive pattern 0.179, t-value 3.592, sig.= 0.000 (sig<0.05), more higher cognitive pattern (analytical) predict higher score in political disagreement. In religiosity variable, coefficients is 0.239, t-value=4.719, sig=0.000, a person with a higher religiosity may possess higher disagreements.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.123	2.791		14.376	.000
	Cognitive Pattern	.198	.055	.179	3.592	.000
2	(Constant)	31.459	3.280		9.592	.000
	Cognitive Pattern	.125	.056	.113	2.236	.026
	Religiosity	.246	.052	.239	4.719	.000

a. Dependent Variable: Political Disagreement

Table 9' Analysis of variance religiosity and cognitive pattern to political disagreement'

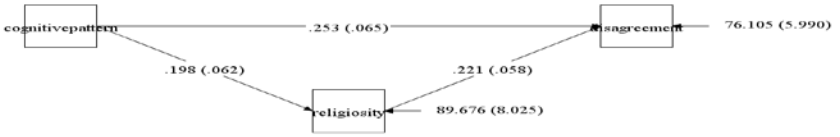


Figure 1 'Path analysis'

Path	*Estimate*	S.E.	Z-Value	P-Value	
Cognitive Pattern to Religiosity	0,198	0,062	3,163	0,002	Sig
Religiosity to Disagreement	0,221	0,058	3,831	0,000	Sig
Cognitive Pattern	0,253	0,065	3,886	0,000	Sig

Table 10 'Path analysis for religiosity and cognitive pattern to political disagreement'

From the statistical analysis described in Picture 1 and Table 9, this study revealed the more analytic and religious a person, the more disagree would be. It might means that religious and analytic person may experience political disagreements more than those who are holis-

tic and low religious. Moreover, Mutz (2002) stated that disagreement in social networks leads people to deliberate, but not participate.

The findings accepted hypothesis 1, namely analytical thinking produce higher disagreement than holistic thinking. Also this study accepted hypothesis 2: higher level of religiosity produce higher disagreement. The more religious, the more possible to possess/express disagreement. It is in line with Terror Management Theory (TMT) (Solomon, Greenberg, & Pyszczynski, 1991) which proposes that cultural worldviews, such as those in religions, protect people from thoughts of death. When those worldviews (or religious beliefs) are threatened, that makes people think about death and thinking about death is an unpleasant experience. That unpleasant experience leads people to cling more strongly to their worldviews and religious beliefs (Schimel, Hayes, Williams, & Jahrig, 2007). Since the scale looked at the centrality of religiosity, those who reported higher levels of religiosity view religion as more central to their lives and thus political disagreement could be viewed by them as extremely threatening to them. Basically, anything that goes against their beliefs would be viewed as a threat and the response could be a disagreement on social media.

Related to the religiousity scale that we used in the research, that developed by Huber and Huber, measures the centrality of religiosity. The scale does not give any indication of type of religiosity (such as extrinsic or extrinsic). This could be considered as a limitation of the research.

Disagreements do not always contribute to conflict; without legitimate mechanisms for religious groups to express their views (disagreements), they may be more likely to resort to conflict and or violence. More analytic leads to higher level of religiosity and lead more disagreements. Some suggestion for further research: does analytical person feel more threatened? Whether if a person can deal with that threat by becoming more religious?

Conclusion

From this study, we found that when social media users use the analytical thinking more frequent, they may possess higher disagreement in social media, especially when they engage in a political discussion. While the holistic thinker possess less disagreements. This findings can be beneficial for politicians who searching a follower. A person with a holistic thinker pattern is the best person to persuade. *Holistic cognition* is characterized by (1) thematic and family-resemblance-based categorization of objects, (2) a focus on contextual information and relationships in visual attention, (3) an emphasis on situational causes in attribution, and (4) dialecticism.

Another finding are higher level of religiosity may lead to higher disagreement. In another word, the more religious the more possible to possess or express disagreement. The recommendation from this point are: unsuggestable to use a religious issues to be spread in social media. Since a religious person already has a potention to disagree, and when they stimulate by a kind of religious issues, may lead to stimulate a sharp conflict. This would be dangerous for the unity of a nation.

References

Batson, C.D., Schoenrade, P., & Ventis, W.L. (1993). *Religion and the individual. A social-psychological perspective*. New York: Oxford University Press.

Benway, K.N., & Nesselroade, K.P. (2000, April). *Self-enhancing patterns of Christian liberal arts and university students*. Paper presented at the annual meeting of the Western Psychological Association, Portland, OR.

Djupe, P., & Calfano, B. (2012). American Muslim investment in civil society: Political discussion, disagreement, and tolerance. *Political Research Quarterly, 65*(3), 516-528. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/41635252

Glock, C.Y. (1973). *Religion in sociological perspective: Essays in the empirical study of religion*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Co.

Huckfeldt, R., Paul E. J., &John S. (2004). *The survival of diverse opinions within communication networks*. New York: Cambridge University Press

Huber, S., & Huber, O.W. (2012). The centrality of religious scale (CRS). *Religions*, *3*(3), 710–724. Doi: 10.3390/rel3030710.

Klofstad, C.A. (2007). Talk leads to recruitment: How discussions about politics and current events increase civic participation. *Political Research Quarterly, 60* (2), 180-91.

Klofstad, C.A, Sokhey, A.E, & McClurg, S.D. (2012). Disagreeing about disagreement: How conflict in social networks affects political behavior. *American Journal of Political Science*, *00*(0), 1-15.

Marcus, G.E., John L.S, Elizabeth, T.E., & Sandra, W. (1995). *With malice toward some: How people make civil liberties judgments*. New York: Cambridge University Press

McClurg, S.D. (2003). Social networks and political participation: The role of social interaction in explaining political participation. *Political Research Quarterly, 56*(4), 448-64.

Nisbett, R.E., Peng, K., Choi, I., & Norenzayan, A. (2001). Culture and systems of thought: Holistic vs. analytic cognition. *Psychological Review*, *108*(2), *291*-310.

Parsons, B. (2010). Social networks and the affective impact of political disagreement. *Political Behavior, 4*(2), 181-204. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/40587315

Potter, D. (2013). Religious disagreement: Internal and external. *International Journal for Philosophy of Religion, 74*(1), 21-31. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/24709253

Stark, R., & Glock, C.Y. (1968). *American piety: The nature of religious commitment.* Los Angeles, CA: Berkeley University Pres.

Varnum, M., Grossmann, I., Kitayama, S., & Nisbett, R. (2010). The origin of cultural differences in cognition: the social orientation hypothesis. *Current Directions in Psychological Science, 19* (1), 9-13. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/41038530

Media Sosial dan Prospek Muslim Kosmopolitan: Konstruksi & Peran Masyarakat Siber pada Aksi Bela Islam

Iswandi Syahputra[1]
iswandi.syahputra@uin-suka.ac.id

Abstract: This article discusses Indonesian cyber society activeties and its configuration on social media which considered being able to encourage social movements, for instance Defending Islam Action, subsequently well known as 'Defending Islam Action 212'. This article argues that netizens' activities on social media turned out to involve various class variants and social status and are able to encourage the ' Defending Islam Action'. Moreover, the social formation and activities of netizens on the social media constitute the prospects for the social construction of the cosmopolitan Muslim community in Indonesia. The portrait of Indonesian cosmopolitan Muslim is seen as a congregation of citizens compelled by their religious awareness, regardless of social, political, economic boundaries and even inter-religiosity which reveres universal principles of humanity.

Abstrak: Artikel ini mendiskusikan aktivitas dan konstruksi masyarakat siber di media sosial, yang memiliki kekuatan subtil dalam menstimulasi gerakan sosial, seperti Aksi Bela Islam, yang lebih lanjut dikenal dengan Aksi Bela Islam 212. Artikel ini berargumentasi bahwa aktivitas netizen di media sosial ternyata melibatkan berbagai varian kelas dan status sosial dan mampu mendorong gerakan 'Aksi Bela Islam'. Lebih dari itu formasi dan aktivitas nitizen tersebut merupakan prospek konstruksi sosial masyarakat Muslim kosmopolitan di Indonesia. Potret Muslim kosmopolitan Indonesia dimaksud adalah gambaran berkumpulnya warga negara karena didorong oleh kesadaran religius mereka tanpa sekat sosial, politik, ekonomi bahkan lintas religiusitas yang menjunjung tinggi prinsip kemanusiaan universal.
Kata Kunci: Media sosial, gerakan sosial, aksi bela Islam, muslim kosmopolitan

[1] Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta

Pendahuluan

Media sosial merupakan istilah umum yang dipakai untuk berinteraksi dengan sesama manusia mencakup berbagai *platform online* dengan beragam atribut, format komunikasi, dan fungsi sosiabilitas. Kaplan dan Haenlein (2010, hlm. 61) memberi pemahaman tentang media sosial sebagai "*a group internet based applications that build on the ideological and technological foundations of web 2.0, and that allow the creation and exchange of user generated content".* Media sosial menjadi begitu unik karena memiliki sejumlah karakter, sehingga dapat memberi pengaruh terhadap berbagai sektor kehidupan di dunia real, termasuk memberi stimulasi gerakan sosial.

Mayfield (2008) mengidentifikasi lima karakteristik spesifik yang menggarisbawahi operasi semua media sosial. Karakter spesifik itu adalah adanya partisipasi dari khalayak, bersifat terbuka, adanya percakapan, membentuk komunitas, dan adanya saling keterhubungan sesama pengguna media sosial tersebut. Karakteristik tersebut telah menempatkan siapa saja pada satu situasi baru yang berbeda dengan situasi sebelumnya. Suatu situasi yang lebih dinamis dan terbuka yang terselenggara dalam satu arena *virtual* pada lingkup jenis media baru.

Beberapa poin penting dalam lingkup media baru dapat merujuk pada karakteristik sebagai berikut (Lister, et al., 2010):

a) Pengalaman tekstual yang baru, seperti membaca dalam format digital.
b) Cara baru untuk berinteraksi global, seperti 3G dan 4G berbasis layar.
c) Hubungan yang baru antara produsen dan konsumen, seperti berbagai aplikasi transaksi berbasis internet.
d) Pengalaman baru tentang hubungan antara identitas dan komunitas, seperti terbentuknya komunitas *virtual*.
e) Konsepsi baru tentang hubungan tubuh biologis dengan media teknologi, seperti kepalsuan tubuh biologis.
f) Komunikasi yang baru diperantarai komputer, seperti email, ruang obrolan, forum komunikasi berbasis *avatar*, transmisi gambar suara, *world wide web* (www), media sosial, situs jejaring, dan telepon seluler.

g) Semua cara baru dalam mendistribusikan dan mengonsumsi teks media yang memiliki ciri hiper-interaktif dan format *hypertextual*, seperti CD, DVD, dan berbagai *platform* komputer lainnya.
h) Realitas baru berbentuk *virtual*, seperti lingkungan sosial yang dihadirkan dalam kemasan *virtual* dalam bentuk *selfie*, memunculkan budaya pamer.

Dengan berbagai karakteristik tersebut, aktivitas di media sosial memberi kemungkinan pada setiap orang untuk saling berbagi informasi secara luas atau terbatas pada orang yang dikehendakinya. Melalui karakteristik salurannya, media sosial dapat mengidentifikasi arah pesannya (Kent, 2010, hlm. 643-656) atau menggunakan alat khusus seperti *Facebook* atau *Twitter* untuk menunjukkan model interaksinya (Howard dan Parks, 2012, hlm. 359-362). Interaksi dan penyebaran informasi tersebut dapat diperoleh dari berbagai sumber di internet atau memproduksinya sendiri. Di Indonesia, aktivitas tersebut menjadi meningkat lebih dinamis karena Indonesia merupakan negara demokrasi yang memberi keleluasaan bagi setiap orang untuk menyampaikan pendapat mereka di media sosial. Dengan demikian secara tidak langsung, *netizen* dan media sosial dapat berperan sebagai agen perubahan politik (Gordon, 2017).

Mengacu pada survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2017), sebanyak 87,13% (dari 54,68% penduduk Indonesia (atau 143,26 juta jiwa) penduduk Indonesia menghabiskan waktu mereka di internet dengan menggunakan media sosial. Dalam praktiknya, media sosial yang sering banyak dikunjungi atau digunakan oleh pengguna media sosial di Indonesia adalah *Facebook* sebesar 71,6 juta atau sekitar 54%. Selanjutnya pengguna *Instagram* sebesar 19,9 juta atau sekitar 15%, disusul kemudian pengguna *Youtube* 14,5 juta atau sekitar 11%. Sementara pengguna *Twitter* ada di urutan kelima sebesar 7,2 juta atau sekitar 5,5% setelah pengguna *Google+* sebesar 7,9 juta atau sekitar 6% dari pengguna media sosial di Indonesia. Secara umum aktivitas pengguna media sosial seperti *Facebook, Instagram* atau *Twitter* tersebut digunakan *netizen* sebagai saluran untuk berkomunikasi, bersosialisasi atau berbagi informasi dengan se-

sama pengguna media sosial (Ezumah, 2013; Basilisco dan Jin, 2015, hlm. 27-34; Basilisco & C. K. Jin, 2015, hlm. 191-194).

Selanjutnya mengacu pada survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2017) tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 129,2 juta (97,4%) dari total pengguna internet di Indonesia menjadikan media sosial sebagai jenis konten yang paling sering diakses. Data tersebut menunjukkan bahwa setengah lebih penduduk Indonesia atau 129,2 juta dari 256,2 juta penduduk Indonesia menggunakan media sosial sebagai konten yang paling sering diakses untuk memenuhi segala kebutuhan informasi mereka. Kehadiran media sosial yang digunakan sebagai sumber informasi khalayak tersebut telah mengubah pola interaksi sosial atau interaksi antar individual pada era media baru.

Latar belakang tersebut memberi perspektif yang dinamis dari aktivitas di ruang media sosial. Aktivitas tersebut memungkinkan terbentuknya berbagai konstruksi sosial baru dalam suatu realitas *virtual*. Suatu realitas yang mengandaikan pertemuan personal di ruang *virtual* dalam berbagai bentuk. Bentuk tersebut dapat hadir dalam konstruksi relasi yang lebih intim, terbuka, bersifat setara, terkadang saling terikat, penuh perhatian, solidaritas dan berbagai atribut relasi sosial lainnya dalam suatu tatanan masyarakat baru kosmopolitan. Suatu masyarakat yang dibangun berdasarkan prinsip moral universal dengan menepis berbagai identitas yang bersifat sektoral, komunal, regional bahkan nasional.

Masyarakat kosmopolitan dalam ruang *virtual* menjadi gagasan baru yang hendak diketengahkan dalam artikel ini. Suatu gagasan yang ingin menawarkan kontribusi baru tentang prospek muslim kosmopolitan sebagai *netizen* yang kesehariannya terjerat jejaring media sosial. Hal ini secara spesifik berkaitan dengan berbagai aktivitas di media sosial, terutama pada beberapa isu yang menjadi perbincangan *netizen* terkait dengan isu moral universal kosmopolitan. Tentu saja artikel ini tidak akan mengulas satu persatu pengguna media sosial secara mendalam terkait aktivitas mereka di media sosial, tetapi akan menyajikan berbagai aktivitas di media sosial yang fenomenal sebagai salah satu bentuk yang mendorong gagasan muslim kosmopolitan.

Secara spesifik, artikel ini akan merujuk pada *Aksi Bela Islam 212* sebagai suatu bentuk gerakan sosial-keagamaan yang muncul dari aktivitas di media sosial. Sebuah kategori yang mengisyaratkan suatu konsep masyarakat Islam yang memiliki solidaritas, masyarakat Islam yang dibangun di atas prinsip kasih sayang, saling menjaga dan melindungi, rela berkorban, penuh kebersamaan, persaudaraan, taat aturan, memuat ekspresi pergerakan, keberagaman, kesetaraan, toleransi aliran bahkan mencerminkan fesyen sebagai refleksi kepribadian muslim dan muslimah sosialita masyarakat urban.

Aktivitas Masyarakat Siber dan Gerakan Sosial di Indonesia

Aktivitas di media sosial dapat dipahami sebagai kegiatan *netizen* atau masyarakat siber *(cybersociety)* dalam memproduksi konten media sosial, yakni kegiatan yang terkait dengan proses mencari, membaca, menyimpan dan menyebarkan berbagai materi atau konten media sosial. Johns (1994) menyebut istilah *cybersociety* (masyarakat siber) sebagai bentuk dari formasi sosial baru, efek dari perkembangan internet atau teknologi canggih. Komunitas siber ini bergantung pada *computer-mediated communication*, seperti email dan sosial media lainnya, dalam berbagi pemikiran dan informasi secara instan melintasi batas jarak yang sangat jauh.

Sedangkan kata *netizen* diciptakan oleh Michael Hauben pada tahun 1995 dengan menggabungkan dua kata *Network* (Jaringan) dan *Citizens* (Warga Negara). Pada waktu itu, Michael adalah seorang mahasiswa pascasarjana Universitas Columbia, AS. *Netizen* berarti warga negara yang berada pada sistem jaringan digital, atau warga jaringan *(net citizens).* Hal tersebut berarti semua orang yang menggunakan jaringan digital, seperti internet, untuk berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari informasi, atau menyampaikan expresi ide mereka melalui sebuah jaringan internet (Hauben & Hauben, 1997).

Materi atau konten tersebut dapat berupa teks tulisan, berbagai jenis gambar, *visual, audio* atau video. Aktivitas *netizen* di media sosial dapat menjadikan seorang *netizen* sebagai produsen informasi, distributor informasi sekaligus menjadi konsumen informasi. Maraknya penggunaan media sosial di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir

bertepatan dengan gelombang protes politik di seluruh dunia. Tapi apakah media sosial berperan dalam menghasut demonstrasi, aksi sosial atau isinya hanya mencerminkan preferensi populasi? Para ahli berpendapat bahwa media sosial memang dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya demonstrasi politikdan aksi sosial (Edmond, 2013, him. 1422-1458; lihat juga Little, 2015, hlm. 152-166).

Di Indonesia, beberapa aksi demonstrasi atau aksi sosial yang terjadi didorong atau didahului aktivitas sebelumnya di media sosial. Bahkan, saat aksi demonstrasi atau aksi sosial tersebut sedang berlangsung, peserta aksi dapat berkicau di media sosial. Kicauan yang disampaikan langsung dari lokasi demonstrasi atau aksi tersebut memungkinkan peserta yang tak ikut aksi demonstrasi menyampaikan tuntutan mereka melalui media sosial (Papic dan Noonan, 2011). Mengacu riset Nugroho (2012), dan Lim (2014a, hlm. 636-657), beberapa aksi unjuk rasa di Indonesia didorong aktivitas di media sosial. Gerakan sosial yang didorong aktivitas dalam media sosial yang sangat menonjol adalah kasus *Prita Mulyasari vs Rumah Sakit (RS) Omni International* atau kasus *Cecak vs Buaya*. Pada kasus Prita, aksi sosial dimulai dari surat Prita di *mail list* yang mengeluhkan pelayanan RS Omni International, Tangerang. Keluhan tersebut dinilai oleh pihak RS sebagai bentuk pencemaran nama baik. Selanjutnya Prita dituntut dan sempat mendekam di penjara. Namun hukuman tersebut justru memicu simpati dan solidaritas publik. Melalui media sosial, publik lantas menggalang dukungan agar Prita segera dapat dibebaskan. Gerakan ini mengusung *hashtag* #saveprita (Kompas Online, 3 Juni 2009). Atas kasus tersebut dan kuatnya aksi massa, Prita akhirnya dibebaskan dari tuntutan hukum (Hukum Online, 18 September 2012).

Gerakan sosial lainnya yang didorong oleh aktivitas media sosial terajadi dalam kasus penahanan komisioner KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) Bibit Candra oleh Kepolisian Republik Indonesia (Tempo Online, 16 September 2009). Belakangan kasus tersebut dikenal dengan istilah *Cecak vs Buaya* untuk merepresentasikan *KPK vs Polri*. Istilah *Cecak vs Buaya* sendiri awalnya diperkenalkan oleh Irjend Pol. Susnoduadji untuk menggambarkan KPK vs Polri (Viva News, 6 November 2009). Gerakan ini mengusung *hashtag #saveKPK.* Aksi

demonstrasi tersebut mampu memberi perubahan politik setelah Soesilo Bambang Yudhoyono, Presiden Indonesia saat itu meminta kasus tersebut tidak dilanjutkan (Detikcom, 23 November 2009).

Namun demikian, tidak selalu aktivitas di media sosial yang dapat menimbulkan aksi demonstrasi akan memberikan perubahan politik. Pada kasus adanya penyimpangan (dugaan korupsi) oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta terhadap Rumah Sakit Sumber Waras, aktivitas di media sosial menstimulasi aksi protes. Aksi protes warga tersebut meminta agar Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) melakukan pemeriksaan terhadap Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama (Sindo Online, 4 Februari 2016). Namun aksi protes tersebut tidak berdampak pada perubahan politik yang diinginkan warga Jakarta. KPK beralasan, Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama tidak memiliki niat jahat melakukan korupsi (Vivanews, 12 April 2016).

Walaupun aksi protes tersebut tidak menghasilkan perubahan politik yang diinginkan, namun khalayak *netizen* tetap mengingat dan membahasnya di media sosial. Aktivitas ini menurut Zappavigna (2012) sebagai 'percakapan yang dapat dicari' *(searchable talk)*. Yaitu suatu percakapan online dimana seorang *netizen* berafiliasi dengan *netizen* lainnya untuk membuat diskursus mereka dapat dicari sebagai *digital identity* di media sosial terutama di media sosial (Thomborrow, 2015; lihat juga Warburton & Hatzipanagos, 2013; Murthy, 2013).

Aktivitas di media sosial seperti ini merupakan variasi yang bersifat temporal. Pada waktu (tempo) dan kasus yang berbeda, percakapan tersebut dapat muncul kembali untuk meningkatkan intensitas di media sosial. Intensitas tersebut akan memiliki kekuatan yang lebih besar dari aktivitas di media sosial sebelumnya. Variasi temporal dan intensitas di media sosial ini selanjutnya dapat mendorong aksi demonstrasi. Hal ini memberikan bukti mengenai hubungan antara aktivitas di media sosial dan demonstrasi sebagai gerakan sosial berikutnya.

Pada peristiwa *Aksi Bela Islam* yang tejadi beberapa kali karena dipicu oleh adanya dugaan penistaan kitab suci al-Qur'an oleh Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok, merupakan peristiwa yang berbeda dengan aksi protes pada kasus RS Sumber Waras sebelumnya. Walau peristiwa dan waktunya berbeda, namun

percakapan di media sosial yang bebas selalu mengaitkannya karena terkait dengan orang (pelaku) yang sama. Peristiwa penistaan kitab suci al-Qur'an dilakukan oleh Ahok, dugaan korupsi pada kasus RS Sumber Waras juga melibatkan Ahok. Faktor ini menimbulkan intensitas percakapan yang tinggi di media sosial. Perbincangan di media sosial tersebut menjadi intensif karena menyangkut kitab suci umat Islam sebagai agama penduduk mayoritas Indonesia.

Aktivitas *netizen* yang saling terhubung di media sosial disebut Klein (dalam Porta, 2013) sebagai *'web like image'*. Aktivitas di media sosial seperti jaring laba-laba. Dalam jaringan tersebut ada bagian inti (pusat jaringan) sebagai pusat seluruh aktivitas media sosial. Pusat inti jaringan *(hubs)* tersebut dihubungkan oleh seorang aktor sebagai perantara *(bridge)*. Aktor perantara ini menyebarkannya pada aktor jaringan lainnya. Aktor sebagai perantara yang mendinamisir aktivitas di media sosial tersebut saling menstimulasi aktor lainnya.

Saling stimulasi antar aktor dalam satu kelompok kepentingan dengan aktor lainnnya yang melakukan hal serupa pada kelompok yang berbeda. Mengacu pada Lim (2014a) aktivitas di media sosial tersebut memunculkan *hidden transcript,* yaitu kritik khalayak terhadap penguasa melalui berbagai saluran media sosial lain yang lebih terbatas dan tertutup seperti grup *WhatsApp*. Berbagai perbincangan terbatas sesama anggota kelompok yang saling mengenal akan meningkatkan intensitas perbincangan pada jenis media sosial yang lebih terbuka seperti *Twitter* dan *Facebook.*

Lim (2014b, hlm. 51-72) berargumen bahwa aktivitas di media sosial dapat berubah menjadi keterlibatan masyarakat atau mendorong gerakan sosial dalam bentuk aksi massa atau demonstrasi terjadi karena konten media sosial yang disampaikan bersifat sederhana, aksi yang dilakukan memiliki resiko rendah, tema yang diperbincangkan sesuai dengan narasi besar seperti nasionalisme dan keagamaan serta tidak bertentangan dengan narasi yang diusung oleh media massa arus utama. Aktivitas di media sosial ini akan terkait dengan kekuatan media berbasis internet sebagai bentuk media baru. Hal ini menegaskan bahwa pada awalnya media sosial memang diciptakan untuk menghubungkan diri mereka secara pribadi dengan komunitasnya yang terpi-

sah secara fisik agar memudahkan mereka untuk berbagi ide, gagasan dan pengalaman. Namun media sosial juga dapat menstimulasi antara penggunanya untuk melakukan aksi protes (Kaplan dan Haenlein, 2010, hlm. 59-68).

Berbagai aktivitas di media sosial tersebut menggambarkan bahwa media sosial menjadi ruang publik yang sangat liberal. Kondisi ini dapat digambarkan sebagai liberalisasi ruang publik pada ruang *virtual*. Hal-hal yang semula tabu dan sakral untuk diperbincangkan di dunia nyata, menjadi lebih mudah dibuka, dibicarakan bahkan dicerca di media sosial. Liberalisasi ruang publik di media sosial tersebut memungkinkan bagi siapa saja untuk menyampaikan pendapat mereka. Hal ini dapat terjadi karena pendapat yang ingin disampaikan melalui media sosial tersebut tanpa kontrol dari dunia sosial seperti yang terjadi dalam sebuah pembicaraan langsung. Hal ini menunjukkan media sosial berkembang ke arah visi demokrasi liberal (Jiang, 2013).

Bessiere, Kraut, dan Boneva (2008, hlm. 47–70) menjelaskan adanya perbedaan dalam pemanfaatan penggunaan internet (media sosial) dan dampak yang dihasilkan antara individu yang memiliki dukungan sosial dengan individu yang tidak memiliki dukungan sosial sama sekali di lingkungannya. Interaksi personal seseorang dengan orang lain di media sosial yang saling mengenal sebelumnya merupakan lingkungan yang mendukung bagaimana bentuk relasi dan reaksi antar *netizen* selanjutnya. Dalam kehidupan nyata antar *netizen* mungkin sudah saling mengenal dengan baik, maka relasi mereka di media sosial akan berbeda dengan mereka yang tidak mengenal dengan baik sebelumnya. Namun uniknya, aktivitas di media sosial juga dapat merenggangkan hubungan baik antar *netizen* yang sudah memiliki relasi cukup baik dalam kehidupan nyata yang mereka jalani.

Gerakan sosial berikutnya yang didahului atau dimediasi oleh aktivitas di media sosial adalah *Aksi Bela Islam.* Aksi ini dilakukan berkali-kali untuk menuntut hukuman yang adil terhadap Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama yang saat itu diduga melakukan penistaan terhadap Al-Qur'an, kitab suci umat Islam. Namun di antara aksi tersebut *Aksi Bela Islam III* pada tanggal 2 Desember 2016 merupakan aksi terbesar yang paling fenomenal. Aksi ini kemudian dikenal

dengan *Aksi Bela Islam 212. Aksi Bela Islam 212* ini yang kemudian secara spesifik hendak dirujuk sebagai peristiwa yang mengandung prospek konstruksi realitas muslim kosmopolitan.

Memahami Konstruksi Muslim Kosmopolitan: Kasus Aksi Bela Islam 212

Aksi Bela Islam merupakan gerakan sosial keagamaan dalam bentuk demonstarsi atau unjuk rasa. Peserta aksi demontrasi menuntut agar Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama atau biasa disebut dengan Ahok, dihukum karena saat itu diduga telah melakukan penistaan terhadap agama Islam (Tempo Online, 9 Mei 2017). Aksi tersebut dikoordinir oleh Gerakan Nasional Pengawal Fatwa Majelis Ulama Indonesia (GNPF-MUI) yang dipimpin oleh Ustdaz Bachtiar Nasir (Detikcom, 1 November 2016). Menurut catatan *Republika* (Republika Online, 10 Mei 2017), Aksi Bela Islam sudah dilakukan sebanyak tujuh kali, yaitu pada:

- Aksi Bela Islam I, tanggal 14 Oktober 2016 (Aksi 1410)
- Aksi Bela Islam II, tanggal 4 November 2016 (Aksi 411)
- Aksi Bela Islam III, tanggal 2 Desember 2016 (Aksi 212)
- Aksi Bela Islam IV, tanggal 11 Februari 2017 (Aksi 112)
- Aksi Bela Islam V, tanggal 21 Februari 2017 (Aksi 212 jilid II)
- Aksi Bela Islam VI, tanggal 31 Maret 2017 (Aksi 313)
- Aksi Bela Islam VII, tanggal 5 Mei 2017 (Aksi 55)

Di antara tujuh kali Aksi Bela Islam tersebut, aksi Aksi Bela Islam III yang dilakukan pada tanggal 2 Desember 2016 merupakan aksi yang tercatat paling besar dalam sejarah aksi unjuk rasa di Indonesia. Sehingga Aksi ini dikenal dengan Aksi Bela Islam 212. Menurut laporan *Republika* (Republika Online, 5 Desember 2016), Aksi Bela Islam 212 dikuti sekitar 5 hingga 7 juta orang yang datang ke Jakarta dari segala penjuru Indonesia.

Kendati jumlah peserta Aksi Bela Islam 212 yang hadir demikian besar, dan sempat dikhawatirkan dapat menimbulkan kecemasan, (BBC com, 1 Desember 2016), namun aksi tersebut terselenggara de-

ngan aman, tertib, bersih dan damai. Khalayak dari segala penjuru Indonesia mendatangi Monas (Monumen Nasional) di Jakarta sebagai pusat lokasi aksi massa. Kendati dengan sempat berbagai cara mereka dihadang untuk hadir dalam aksi, atau diancam akan dicabut ijin trayek bagi perusahaan bus yang mengangkut peserta Aksi Bela Islam 212 (Rakyat Merdeka online, 28 November 2016), namun sejumlah peserta yang telah bulat tekadnya tetap berangkat. Sebagian mereka bahkan memilih berjalan kaki dari Ciamis menuju Jakarta (Republika online, 30 November 2016).

Peristiwa Aksi Bela Islam 212 dapat memberi kontribusi bagi kategori baru dalam membentuk konstruksi sosiologis umat muslim Indonesia. Sebuah kategori yang mengisyaratkan konsep masyarakat Islam yang memiliki solidaritas, masyarakat Islam yang dibangun di atas prinsip kasih sayang, saling menjaga dan melindungi, rela berkorban, penuh kebersamaan, persaudaraan, taat aturan, memuat ekspresi pergerakan, keberagaman, kesetaraan, toleransi antar aliran bahkan mencerminkan fesyen sebagai refleksi kepribadian muslim dan muslimah sosialita masyarakat urban. Dalam wujud lebih luas, masyarakat Islam pada Aksi Bela Islam 212 terdapat pula kalangan non-muslim yang ikut bergabung, bahkan turut dihadiri Presiden Republik Indonesia, Panglima TNI, Kapolri dan sejumlah menteri. Kehadiran dan berbaurnya masyarakat non-muslim dan Presiden Republik Indonesia, Panglima TNI, Kapolri serta sejumlah menteri tersebut di tengah massa dengan damai dan penuh semangat kebersamaan, persaudaraan dan kebhinekaan merupakan wujud dari prinsip kosmopolitan.

Gagasan tentang kosmopolitanisme dapat ditelusuri pada pemikiran bergaya sinisme Diogenes pada era Yunani Kuno. Suatu saat Diogenes pernah ditanya tentang asal-usulnya. Dia kemudian menjawab, *"Saya adalah seorang warga dunia"* (Anderson, 1998). Ungkapan tersebut kemudian dalam bahasa Yunani dikenal dengan istilah *kosmopolites* (Anderson, 1998). Nussbaum (1997, hlm.1-25) menilai, ungkapan Diogenes tersebut sebagai gagasan perintis bagi hilangnya sekat sosial dan batas identitas bangsa warga negara. Gagasan kosmopolitan ini kemudian dikembangkan oleh para filosof *Stoa* dengan konsep kemanusiaan universal. Bahwa setiap manusia hidup

dalam dua sisi sosial. Pertama, sisi sosial tempat dimana setiap manusia lahir, tumbuh dan berkembang sebagai anggota masyarakat. Kedua, sisi sisi global dimana argumentasi, aspirasi dan hak asasinya sebagai manusia secara keseluruhan diakui.

Kekuatan moral gagasan kosmopolitanisme tersebut selanjutnya dikembangkan filosof era modernisme Immanuel Kant (1724-1804) dalam artikelnya *Perpetual Peace* (Damai Tanpa Henti). Gagasannya mengetengahkan bahwa kosmopolitanisme pada prinsipnya berfungsi mulia melindungi setiap manusia dari ancaman perang. Kant kemudian mengurai gagasannya dengan bersandar pada prinsip keramahtamahan universal *(universal hospitality).* Gagasan kosmopolitan semakin kokoh saat dunia dilanda berbagai perang dan kerusuhan sosial atau sebagai bentuk reaksi terhadap bencana kemanusiaan (Beck, 2006).

Berikutnya gagasan mulia kosmopolitanisme tersebut juga menarik pemikir filsfat postmodernisme, Jacques Derrida. Bagi Derrida konsep keramahan adalah kesediaan dan penerimaan terhadap orang lain *(the other)* dalam sebuah ruang (rumah). Etika, menurut Derrida menjadi dasar keramahtamahan yang murni dari hubungan antar sesama manusia. Keramahan etik membuka penerimaan terhadap segala bentuk perbedaan dalam kehidupan yang dilandasi oleh kesamaan drajat kemanusiaa. Oleh sebab itu, alienasi dan isolasi dalam kehidupan sosial tidak dibenarkan karena relasi terbaik bagi manusia adalah interaksi yang penuh keramahtamahan sesama manusia (Nussbaum, 1997, hlm. 1-25).

Sehingga dasar filosofis dari kosmopolitansime adalah moral universal yang mengajarkann semua manusia patuh pada nilai etik dan moral yang sama (Appiah, 2006). Gagasan Islam Kosmpolitan yang hendak diajukan secara konsepsi sesungguhnya merupakan gagasan pemikiran tentang eksistensi manusia sebagai subjek kehidupan dan relasinya dengan sesuatu di luar diri yang mengatur kemanusiaannya. Dalam kehidupan sosial, manusia dapat bertindak sebagai subjek individu yang bebas namun pada saat bersama manusia juga bagian dari sebuah sistem sosial yang dapat diatur. Berbagai relasi tersebut secara lebih spesifik akan menempatkan relasi antara manusia sebagai warga negara yang beragama dalam sebuah negara. Dalam perspektif

ini, masyarakat kosmopolitan dapat mengacu pada berbagai gagasan lain tentang relasi warga negara yang beragama dengan negara, terutama di dunia Barat yang liberal.

Liberalisme di Barat muncul dari proses sejarah perlawanan menghadapi otokrasi religius. Akar filosofinya adalah pencerahan yang diterima sebagian besar masyarakat Barat. Saat ini, sebagai paham, liberalisme bahkan melampaui posisi politik yang sah (Bell, 2014,hlm. 682-715). Relasi antara warga negara yang beragama dengan negara dalam pandangan liberalisme jelas menganggap suatu yang religius bersifat *komunal* yang dapat menanamkan intoleransi. Hal ini berbeda dengan pandangan umum liberalisme mengenai rasional praktis tentang pandangan individu sebagai individual (Nicolacopoulos, 2008). Individual sebagai warga negara berdasarkan prinsip kemanusiaan universal tersebut telah meletakkan asumsi tentang warga negara global yang mendorong superioritas individual.

Akibatnya, kewarganegaraan global sering kali tumpang tindih dengan kosmopolitanisme, seperti dalam karya Derek Heater (1996). Sedangkan Luis Cabrera menyatakan bahwa bukannya sinonim, konsep kewarganegaraan global "dapat dipahami sebagai bentuk yang sangat terealisasi dari kosmopolitanisme individual" (Cabrera, 2010, hlm. 13). Itu pula sebabnya kosmopolitan juga dapat dimaknai sebagai liberalisme selektif, yaitu konsepsi sempit untuk membedakan antara kosmopolitanisme dan kewarganegaraan global sebagai tantangan konseptual. Sebagai bagian dari aturan global, kewarganegaraan global dan kosmopolitanisme (dalam manifestasi liberalnya) terkait erat dengan proyek statistik dan imperialis. Sebuah keterkaitan yang biasanya dilewatkan dalam sejarah intelektual. Studi Derek Heater (1996) melacak sejarah ide kewarganegaraan dunia, tetapi tidak ide pemerintahan dan negara. Serupa dengannya, Appiah (2006) berfokus pada nilai-nilai individual, mengabaikan konteks sosial dan historis dimana nilai-nilai itu dihasilkan, disebarkan, dan ditegaskan.

Dalam relasinya dengan liberalisme, Ulrich Beck (2000, hlm. 79-105; Beck, & N. Sznaider, 2006, hlm. 1-23) meletakkan kosmopolitanisme liberal di dalam sejarah global kontemporer, menghubungkan praktek kosmopolitanisme yang berbatasan dengan munculnya globali-

sasi neoliberal pada akhir abad kedua puluh, sebagai dasar dari apa yang dia sebut sebagai "jaman kedua modernitas". Beck menggunakan istilah kosmopolitanisme sebagai memiliki hubungan dengan kewarganegaraan global. Pandangan ini berhubungan dengan penolakan terhadap batasan nasionalisme yang dibentuk oleh ruang dan waktu. Beck ingin melawan klaim ideologis yang dibawa berbagai narasi besar ideologis pasca berakhirnya perang dingin yang keunggulan kapitalisme atas sosialisme. Keunggulan kapitalisme dapat ditundukkan dengan kosmopolitanisme liberal yang menjanjikan toleransi untuk memperjuangkan nilai-nilai kemanasiaan.

Dengan demikian, kosmopolitanisme menawarkan pendekatan atau metode baru bagi ilmu sosial tentang ontologi negara liberal dalam arena global sebagai bagian dari kewarganegaraan global. Gagasan kosmopolitanisme liberal tersebut kemudian seringkali mewakili gagasan tentang muslim kosmopolitan. Suatu gagasan yang dipraktikkan sebagai panterasi pemikiran liberal ke dalam Islam melalui penyebaran gagasan bahwa gagasan besar tentang demokrasi, toleransi atau kesetaraan juga sejalan dengan Islam. Ajaran Islam kemudian mengalami proses liberalisasi agar terlihat menarik bagi orang yang melihat Islam sebagai paham kejahatan (Kurzman, 1999, Binder, 1988). Namun belakangan ini sejumlah akademisi mulai melakukan koreksi dan pemetaan terhadap gagasan tentang kosmopolitanisme, terlebih-lebih gagasan tentang kosmopolitanisme muslim.

Berbagai koreksi tersebut meletakkan kosmopolitanisme dalam perspektif muslim menentang konstruksi gagasan tentang liberalisme Barat yang memiliki bias anti agama. Beberapa akademisi seperti Zubaida (2002, hlm. 32-41) dan Alavi (2015) menawarkan gagasan kosmopolitanisme dalam perspektif sejarah. Perspektif tersebut kemudian diletakkan pada pusat imperial masyarakat urban yang datang dari segala penjuru. Akademisi, politisi, pedagang hingga petualang datang dan pergi silih berganti sehingga melahirkan simpul kosmopolitanisme. Masyarakat urban menjadi konsep penting selanjutnya untuk membahas kosmopolitanisme muslim. Urban dipahami sebagai situs ekspresi artistik melampaui batas negara (Dadi, 2006) dan aliran budaya atau fesyen sebagai refleksi pengalaman pribadi (Tarlo, 2017, hlm. 143-

172). Ekspresi kosmopolitanisme Muslim tersebut secara historis dapat ditelusuri saat migrasi pertama masyarakat Muslim dari Mekkah ke Yastrib (Madinah), yang dikenal dan dikenang sebagai *hijrah.*

Hijrah kemudian dikenang tak saja sebagai proses migrasi secara fisik tetapi mengalami proses gagasan berbagai konsepsi sosial. Selanjutnya *Hijrah* digagas sebagai konsep masyarakat Islam yang memiliki solidaritas tanpa batas, masyarakat Islam yang dibangun di atas prinsip kasih sayang, saling menjaga dan melindungi, rela berkorban, penuh kebersamaan, persaudaraan, taat aturan, memuat ekspresi pergerakan, keberagaman, kesetaraan, toleransi aliran bahkan mencerminkan *fesyen* sebagai refleksi kepribadian muslim sosialita masyarakat urban. Jika berbagai gagasan tersebut dikombinasi sesungguhnya juga akan mengungkap berbagai muatan nilai dan gagasan kosmopolitan liberal.

Setelah umat muslim yang *hijrah* tiba di Madinah, Nabi Muhammad Saw., pertama kali membuat komunitas inklusif, masyarakat kosmopolis. Sebuah umat terdiri dari penganut Islam dan bukan penganut Islam, muslim dan non-muslim, didasarkan pada pergerakan dan keberakaran tentang konsep masyarakat Islam yang memiliki solidaritas. Masyarakat Islam yang dibangun di atas prinsip kasih sayang, saling menjaga dan melindungi, rela berkorban, penuh kebersamaan, persaudaraan, taat aturan, memuat ekspersi pergerakan, keberagaman, kesetaraan, toleransi antar aliran. Bahkan dalam salah satu ceramah, Nabi Muhammad Saw., menjelaskan kandungan tentang etika kosmopolitan. Hal tersebut dapat dilihat dalam perintah nabi untuk melindungi hak-hak dasar manusia dan kemuliaannya sebagai sesama manusia, walaupun berbeda agama dan keyakinan seperti dalam sabda beliau: *"Barang siapa yang menzalimi seseorang mu'ahid (seorang yang telah dilindungi oleh perjanjian damai) atau mengurangi haknya atau membebaninya di luar batas kesanggupannya atau mengambil sesuatu dari padanya dengan tidak rela hatinya, maka aku lawannya di hari kiamat."* (Ash Shiddieqy, 1999, hlm. 23)

Di Madinah tersebut, Nabi Muhammad Saw., telah meletakkan prinsip dasar tentang masyarakat kosmopolitan sebagai sebuah citra masyarakat terbuka, toleran, tidak ada pertemuan budaya yang saling menekan tapi juga tidak ada percampuran keyakinan. Masyarakat

kosmopolitan yang dibentuk oleh Nabi Muhammad Saw., adalah masyarakat terbuka, bukan masyarakat yang ekslusif dan tertutup, tetapi tetap berusaha menjaga keyakinan, tetap murni, tidak mencampuradukkan budaya atau tradisi yang saling mengimpresi. Tidak ada budaya atau perseorangan yang terisolasi karena memiliki perbedaan fisik dengan lainnya. Tatanan masyarakat tersebut terjaga dalam keanggotaan masyarakat urban yang silih berganti datang dan pergi, tidak ada afiliasi pada kepentingan kelompok tertentu antara kelompok pendatang dan kelompok yang menetap. Kosmopolitanisme Muslim menolak singularitas dan absolutisme yang mewujud dalam berbagai bentuk pertemuan berbagai kalangan seperti akademisi, seniman dan sebagainya melalui gerakan global aksi ketakwaan, seperti ibadah Haji (Lawrence dan Cooke, 2015).

Simpulan

Kehadiran media sosial menandai lahirnya era media baru. Suatu era yang mampu menghantarkan berbagai perubahan dalam berbagai sektor kehidupan, berbagai relasi sosial, termasuk perubahan pada beberapa gagasan tentang masyarakat dan berbagai konsep yang terkait dengannya. Berbeda dengan realitas pada era media massa tradisional yang sistem produksi kontennya memiliki standar dan mekanisme kerja yang prosedural, terukur dan spesifik, namun pada era media baru, media sosial dapat digunakan secara lebih leluasa oleh penggunanya yang biasa disebut dengan *netizen*. Berbagai opini tentang berbagai hal dapat disampaikan oleh netizen dengan lebih seketika *(real time)* dan interaktif melalui media sosial.

Aktivitas netizen di media sosial tersebut yang membahas berbagai hal aktual secara eskalatif dapat mendorong gerakan sosial dalam berbagai bentuk seperti aksi demonstrasi. Salah satu gerakan sosial dalam sektor keagamaan yang cukup fenomenal adalah Aksi Bela Islam 212. Aksi Bela Islam 212 yang sebelumnya didahului oleh adanya eskalasi aktivitas di media sosial tersebut merupakan fenomena yang dirujuk sebagai potret muslim kosmopolitan di Indonesia. Potret Muslim kosmopolitan Indonesia merupakan gambaran berkumpulnya warga negara karena didorong oleh kesadaran religius mereka tanpa sekat

sosial, politik, ekonomi bahkan lintas religiusitas. Potret tersebut kemudian menjadi dasar bagi terbukanya prospek kehidupan Muslim kosmopolitan yang menjunjung tinggi prinsip kemanusiaan universal.

Acknowledgement

Saya ingin menyampaikan terima kasih pada Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, MA, Ph.D sebagai Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Al Makin dan Dr. Phil. Sahiron, MA yang telah memberikan wawasan dan keahlian mereka dalam hal menulis laporan penelitian untuk sebuah artikel ilmiah. Saya juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih pada Dr. H. Mochamad Sodik, M. Si, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang telah memberi dukungan atas penelitian dan penulisan artikel ini. Secara khusus saya juga ingin menyampaikan terima kasih pada Ketua Umum MUI (Majelis Ulama Indonesia) Pusat Bapak Prof. Dr (HC). KH. Ma'ruf Amin yang telah meluangkan waktunya untuk berdiskusi dengan peneliti seputar prospek umat muslim Indonesia pasca Aksi Bela Islam. Tanpa mereka semua, tentu naskah ini tak dapat saya susun.

Referensi

Ahok dihukum dua tahun, putusan hakim bulat. (2017, Mei). *Tempo Online*. Diakses dari https://nasional.tempo.co/read/news/2017/05/09/063873676/ahok-dihukum-dua-tahun-putusan-hakim-bulat

Akhirnya MA bebaskan Prita Mulyasari. (2012, September). *Hukum Online*. Diakses dari http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5057d8e58f799/akhirnya--ma-bebaskan-prita-mulyasari.

Aksi Demo 411, 212, dan efek trauma yang membayangi pengusaha (2018, Maret). *BBC*. Diakses dari https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-38157870

Alavi, S. (2015). *Muslim cosmopolitanism in the Age of Empire.* Cambridge: Harvard University Press.

Anderson, A. (1998). Cosmopolitanism, universalism and the devided legacies of modernity dalam Cheah., P & Robbins., B (Ed), *Cosmopolitcs: Thingking and Feeling Beyond The Nation,* hal. 265-289. Minneapolis and London: University of Minnesota.

APJII. (2017). Infografis panetrasi dan prilaku pengguna internet di Indonesia, diakses dari https://www.apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2017

Appiah, K. (2006). *Cosmopolitanism ethics in a world strangers.* London: Penguin Book.

Ash-Shiddieqy, T.M.H. (1999). *Islam dan hak asasi manusia.* Semarang: PT Pustaka Rizki Putra.

Basilisco, R. & Jin, C. K. (2015). Uses and gratification motivation for using facebook and the impact of facebook usage on social capital and life satisfaction among filipino users. *International Journal of Software Engineering and Its Applications* , *9*(4), 191-194.

Beck., U. (2000). The Cosmopolitan ethic: Sociology of the second age of modernity. *British Journal of Sociology. 51*(1), 79-105.

Beck., U & Sznaider., N. (2006). unpacking cosmopolitanism for the social sciences: a research agenda. *British Journal of Sociology, 57*(1), 1-23.

Bell., D. (2014). What is Liberalism?. *Political Theory, 42*(6), 682-715.

Bessiere., K., Kiesler., S, Kraut., R.E., & Boneva, B. (2008). Effects of internet use and social resources on changes in depression, information, communication society. *Information, Communication & Society*, *11*(1), 47–70.

Beck, U. (2006). *The cosmopolitan vision.* Cambridge: Polity Press.

Binder, L. (1988). *Islamic liberalism: A Critique of development ideologies*. Chicago : University of Chicago Press.

Cabrera, L. (2010). *The practice of global citizenship.* Cambridge: Cambridge University Press.

Disewakan untuk aksi 212, bus di Sumsel akan kehilangan izin trayek. (2016, November). *Rakyat Merdeka Online.* Diakses dari http://www.rmolsumsel.com/read/2016/11/28/61638/Disewakan-untuk-Aksi-212,-Bus-di-Sumsel-Akan-Kehilangan-Izin-Trayek-

Edmond, C. (2013). *I*nformation manipulation, coordination, and regime change. *Review of Economic Studies*, *80*(4), 1422–1458.

Ezumah, B.A. (2013). College students use of social media : Site preferences, uses and gratifications theory revisited. *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), 27-34.

GNPF-MUI serukan aksi damai 4 November 2016. (2016, November). *Detik.com*. Diakses dari https://news.detik.com/berita/d-3334908/gnpf-mui-serukan-aksi-damai-4-november-2016

Gordon, S. (2017). Online communities as agents of change and social movements. *Information Science Reference*. Harshey.

Hauben, M. & Hauben, R. (1997). *Netizens: on the history and impact of usenet and the internet.* Los Alamitos, Calif. : IEEE Computer Society Press.

Heater, D. (1996). *World zitizenzhip and covernment: Cosmopolitan ideas in the hostory of western political thought.* New York: St. Martins Press.

Howard, P. N,. & M. R. Parks. (2012). Social media and political change: capacity, constraint, and consequence. *Journal of Communication*, *62*(2), 359-362.

I. Dadi. I. (2006). Miniature painting as Muslim cosmopolitanism. *ISIM Review, 18*(1)

Inilah alasan polisi jadikan Bibit dan Chandra tersangka. (2009, September). *Tempo Online.* Diakses dari

https://nasional.tempo.co/read/198331/inilah-alasan-polisi-jadikan-bibit-dan-chandra-tersangka

Inilah curhat yang membawa Prita ke penjara. (2009, Juni). *Kompas Online*. Diakses dari https://nasional.kompas.com/read/2009/06/03/1112056/inilah.curhat.yang.membawa.prita.ke.penjara.

Jones, S. (1994). *Cybersociety: Computer-mediated communication and community.* Los Angeles: Sage Publications.

Jiang, J. (2013). *Cyber nationalism in China: Challenging Western media portrayals of internet cencorship in China.* Cambridge: Cambridge University Press.

KPK belum temukan niat jahat Ahok (2016, April). *Vivanews.* Diakses dari https://www.viva.co.id/berita/metro/759379-ahok-kpk-belum-temukan-niat-jahat-beli-lahan-sumber-waras

KPK didesak periksa Ahok terkait RS Sumber Waras. (2016, Februarui). *Sindo Online.* Diakses dari http://metro.sindonews.com/read/1082775/170/kpk-didesak-periksa-ahok-terkait-rs-sumber-waras-1454574348.

Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(2), 61-71.

Kent, M.L. (2010). Directions in social media for professional and scholars, dalam *Handbook of Public Realitions*, eds. R.L. Heath, hal 643-656. Thousand Oaks: Sage.

Kurzman, C. (Ed). (1998). *Liberal Islam: A sourcebook.* Oxford: Oxford University Press.

Lawrence, B., & Cooke, M. (2005). *Muslim networks from hajj to hip hop*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Lim, M. (2014a), Many clicks but little sticks: Social media activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia, 43*(4), 636-657.

Lim, M. (2014b). Seeing spatially: People, networks, and movements in digital and urban spaces. *International Development and Planning Review*, *36*(1), 51-72.

Lister, M., et.al. (2010). *New media: A critical introduction.* London: Routledge.

Little, A. (2015). Communication technology and protest. *Journal of Politics, 78(*1), 152-166.

Mayfield, A. (2008). What is Social Media? diakses dari dari http://www.icrossing.com/uk/ideas/fileadmin/uploads/ebooks/what_is_social_media_icrosing_ebook.pdf.

Menghitung jumlah peserta aksi 212. (2016, Desember). *Republika Online.* Diakses dari http://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/16/12/05/ohou27415-menghitung-jumlah-peserta-aksi-212.

Murthy, D. (2013). *Twitter: Social communication in the Twitter Age.* Oxford: Wiley.

Nicolacopoulos, T. (2008). *The radical critique of liberalism: In memory of a vision.* Melbourne: Re.press.

Nugroho, Y., & Syarief, S.S. (2012), *Beyond click-activism? New media and political processes in contemporary Indonesia.* Jakarta: Friedrich Ebert Stiftung.

Nussbaum., M.C. (1997). Kant and Stoic cosmopolitanism. *The Journal of Political Philosophy, 5*(1), 1-25.

Pagi ini massa aksi dari Ciamis melanjutkan jalan kaki menuju Jakarta. (2016, November). *Republika Online*. Diakses dari http://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/16/11/30/ohfmep384-pagi-ini-massa-aksi-dari-ciamis-melanjutkan-jalan-kaki-menuju-jakarta

Papic, M., & Noonan, S. (2011, February). Social media as a tool for protest. *Stratfor Global Intelligence*, diakses dari https://www.stratfor.com/weekly/20110202-social-media-tool-protest.

Pidato lengkap SBY sikapi kasus Century dan Bibit Chandra. (2009, November). *Detikcom.* Diakses dari http://news.detik.com/

berita/1247398/pidato-lengkap-sby-sikapi-kasus-century-dan-bibit-chandra

Porta, D.D. (2013). *Can democracy be daved? Participation, deliberation, and social movement.* Cambridge: Polity Press.

Rangkaian aksi bela Islam sebelum Ahok divonis 2 tahun penjara. (2018, Maret). *Republika Online.* Diakses dari http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/hukum/17/05/10/opp5r4330-ini-7-rangkaian-aksi-bela-islam-sebelum-ahok-divonis-2-tahun-penjara.

Susno cerita asal muasal cicak vs buaya. (2009, November). *Viva News*. Diakses dari https://www.viva.co.id/korupsi/103242-susno-cerita-asal-muasal-cicak-vs-buaya

Tarlo, E. (2007). Islamic cosmopolitanism: The sartorial biographies of three Muslim Women in London. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, 11*(2-3), 143-172.

Thomborrow, J. (2015). *The discourse of public participation media: from talk show to Twitter.* London-New York: Routledge. Taylor and Francis Group.

Warburton, S., & Hatzipanagos. (2013). *Digital identity and social media.* United Kingdom: Kings College London.

Zappavigna, M. (2012). *The Discourse of Twitter and social media.* London: Continuum International Pub. Group.

Zubaida, S. (2002). Middle eastern experiences of cosmopolitanism dalam Vertovec., S., & Cohen., R. (Eds.). *Conceiving Cosmopolitanism: Theory, Context, and Practice*, hal. 45 – 57. Oxford: Oxford University Press.

Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al-Qur'an

Iftitah Jafar[1] - iftitahjafar@yahoo.co.id
Mudzhira Nur Amrullah[2] – mudzhira@uin-alauddin.ac.id

Abstract: This paper aims to examine the form of *da'wa* message in the *al-Qur'an*. It argues that the forms of proselytizing *(da'wa)* message in the *Qur'an* encompass; Qur'anic verses, prophetic tradition, scholar's opinions, research results, stories, and news. The Qur'anic verses play a major role in regard with *da'wa* message due to its distinctive functions, namely as guidance or humankind, criterion between right and wrong, evaluation standards for other holy scriptures, and as a medium of enlightenment. Ḥadîth of the Prophet Muhammad, Saw., also considered as form of *da'wa* message because it interpret some verses or make clarifications of ambiguities which hide in some verses. While ulema roles is as a reference for religious studies as well as stories and news constitute the proselytizing message.

Abstrak: Paper ini bertujuan menganalisis bentuk-bentuk pesan dakwah dalam al-Qur'an. Beberapa bentuk pesan dakwah antara lain, ayat-ayat al-Qur'an, hadis nabi Muhammad Saw., pendapat para ulama, hasil penelitian, kisah-kisah, dan berita. Al-Qur'an menduduki peringkat tertinggi lantaran fungsinya yang signifikan, seperti sebagai pedoman hidup, pembeda yang hak dan batil, standar penilaian atau tolok ukur kitab suci lain, serta sebagai media pencerahan umat. Hadis nabi menjadi pesan dakwah karena fungsinya sebagai penjelas al-Qur'an. Pendapat ulama juga merupakan pesan dakwah karena ia menjadi rujukan dalam kajian keagamaan. Sedangkan hasil penelitian menjadi pesan dakwah karena dapat berfungsi sebagai ide pendukung dan pembuktian ilmiah dari pesan dakwah. Kisah-kisah dan berita juga merupakan bentuk dari pesan dakwah.
Kata Kunci: Bentuk pesan dakwah, kajian al-Qur'an, penafsiran, kontekstual

[1] Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar
[2] Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar

Pendahuluan

Al-Qur'an merupakan fondasi bagi seluruh sistem kehidupan. Ia meliputi keseluruhan topik ajaran Islam, mulai dari keyakinan, perintah hingga ajaran moral umum, seperti hak dan kewajiban, kriminalitas dan hukum, baik hukum pribadi maupun publik, dan masalah sosial lain. Ia mencakup prinsip-prinsip untuk membangun suatu masyarakat atau negara, pedoman dalam berinteraksi, aturan perang dan damai, hukum internasional dan hubungan eksternal, pedoman untuk mempertahankan dan menjaga perjanjian, kebijakan sosial ekonomi, dan hukum keluarga. (Nassimi 2008, hlm. 20).

Salah satu fungsi utama al-Qur'an adalah sebagai petunjuk dalam kehidupan. Dalam konteks dakwah, sebagai petunjuk, al-Qur'an selain memuat perintah untuk berdakwah dan cara berdakwah, juga menyediakan materi dakwah. Materi dakwah merupakan salah satu unsur utama dakwah. Materi dakwah adalah bahan-bahan, isi atau pesan yang akan didakwahkan kepada masyarakat. Pesan-pesan dakwah mencakup keseluruhan ajaran Islam, yakni apa-apa yang diturunkan dari Allah Swt., kepada Nabi Muhammad Saw., yang wajib didakwahkan (QS. al-Mâ'idah (5), ayat 67).

Menurut Nurkhairat (2016) , al-Quran dalam menggambarkan materi atau pesan dakwah yang akan disampaikan menggunakan banyak *term*. Dalam Sûrah Ali-'Imrân (3) ayat 104 disebut dengan istilah *khyr* dan *ma'rûf*, Sûrah Yûsuf (12) ayat 108 dan Sûrah al-Nahl (16) ayat 125 juga disebut dengan *sabîli* dan *sabîli rabbika*, Sûrah al-Ḥajj (22) ayat 67 dan Sûrah al-Qaṣaṣ (28) ayat 87 disebut dengan *rabbika* dan dalam Sûrah al-Ṣâff (61) ayat 7 dengan *al-Islam*.

Pembahasan pesan dakwah dalam perspektif al-Qur'an, antara lain meliputi bentuk pesan dakwah dan sifat pesan dakwah. Makalah ini hanya akan membahas bentuk pesan dakwah. Dengan mengadopsi pendapat Windahi dalam Basit (2013) mengenai dimensi pesan dalam Ilmu Komunikasi, dapat digarisbawahi bahwa salah satu dimensi yang terkait dengan pesan dakwah adalah bahwa ia menggambarkan sejumlah kata-kata. Pada konteks ini pesan dakwah mengandung dua aspek yaitu isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan adalah pikiran sedangkan lambangnya adalah kata-kata atau

bahasa. (Basit 2013, hlm. 140). Isi pesan utama dakwah berasal dari teks-teks keagamaan, al-Qur'an dan hadis yang memang merupakan pesan pokok dakwah.

Agaknya sangat sedikit kajian-kajian terbaru tentang pesan dakwah. Salah satu karya baru yang memuat satu bagian tentang pesan dakwah adalah buku berjudul "Filsafat Dakwah" ditulis oleh Basit (2013). Dalam buku ini penulisnya mencermati hakekat pesan dakwah, yang antara lain membahas: 1. Karakteristik pesan dakwah, 2. Teori pesan dakwah, 3. Efektifitas pesan dakwah dan indikatornya. Namun kajian ini tidak didasarkan pada konsep pesan dakwah yang ditawarkan al-Qur'an. Kajian ini juga tidak membahas bentuk-bentuk pesan dakwah, khususnya yang terdapat dalam al-Qur'an. Oleh karenanya, artikel tertarik untuk membahas bagaimana bentuk pesan dawah dalam perspektif al-Qur'an.

Pesan Dakwah: Hasil Riset Pustaka

Pesan dakwah adalah bahan-bahan atau isi ceramah yang akan disampaikan dalam dakwah. Penyusunan pesan dakwah didasarkan pada kondisi obyektif *mad'u* yang diperoleh melalui pengamatan, interview atau telaah sumber-sumber tertulis. Dalam kajian pesan dakwah dikenal pesan utama dan pesan pendukung. Bahan dasar atau materi utama dakwah adalah al-Qur'an dan hadis, ditambah dengan pendapat ulama, hasil-hasil penelitian dari para ahli di bidangnya, kisah-kisah, dan berita.

Sejauh pembacaan penulis belum ada karya ilmiah yang secara khusus mengkaji pesan dalam al-Qur'an. Pembahasan pesan dakwah dalam al-Qur'an hanya disebutkan dalam ruang yang sangat terbatas pada beberapa literatur mengenai dakwah. Salah satu pembahasan dimaksud adalah hanya sebatas pada peran ibadah sebagai materi dan media dakwah. Sedangkan Jafar yang menyebutkan 4 bentuk pesan dakwah dalam al-Qur'an: 1. Al-Qur'an, 2. Hadis, Pendapat Ulama dan 4. Hasil Penelitian. (Jafar, 2009, hlm. 25). Tulisan ini berharga sebagai karya *preliminary* yang meletakkan dasar pijakan bagi penelitian lanjutan dalam kajian ini.

Pembahasan materi dakwah yang lebih luas dilakukan oleh Ali Aziz (2009, hlm. 318-331) dalam karya monumentalnya "*Ilmu Dakwah*". Aziz mengemukakan sembilan jenis pesan dakwah sebagai berikut: 1. Ayat-ayat al-Qur'an, 2. Hadis Nabi Saw., 3. Pendapat para sahabat Nabi Saw., 4. Pendapat para ulama, 5. Hasil penelitian ilmiah, 6. Kisah dan pengalaman teladan, 7. Berita dan peristiwa, 8. Karya sastra, dan 9. Karya seni. Rumusan pesan dakwah ini didasarkan pada pengalaman penulisnya dan kenyataan di lapangan, dan sebagian besar didasarkan pada analisis Aziz pada ayat-ayat al-Qur'an. Klasifikasi bentuk-bentuk pesan dakwah dalam al-Qur'an ini memang sangat kental landasan skripturalnya.

Enjang & Aliyuddin (2009, hlm. 80-82), pada bab IV dalam bukunya yang berjudul *"Unsur-Unsur Dakwah"* sedikit membahas materi dakwah. Pada bagian ini penulis melansir beberapa pandangan ahli mengenai pesan dakwah, seperti Muhaemin & Sambas. Muhaemin, misalnya, melihat bahwa secara umum isi pokok al-Qur'an memuat:

1. Akidah: aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan keyakinan, meliputi: rukun iman, atau segala sesuatu yang yang harus diyakini menuru ajaran al-Qur'an dan al-Sunnah.
2. Ibadah: aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan kegiatan ritual dalam rangka pengabdian kepada Allah swt.
3. Muamalah: aspek ajaran Islam yang mengajarkan berbagai aturan dalam tata kehidupan sosial, dalam berbagai aspeknya.
4. Akhlak: aspek ajaran Islam yang berhubungan dengan tata perilaku manusia sebagai hamba Allah, anggota masyarakat, dan bagian dari alam sekitarnya.
5. Sejarah: peristiwa perjalanan hidup yang sudah dialami umat manusia yang diterangkan al-Qur'an untuk senantiasa diambil hikmah dan pelajarannya.
6. Prinsip-prinsip pengetahuan dan teknologi: yaitu petunjuk-petunjuk singkat yang memberikan dorongan kepada manusia untuk mempelajari isi alam dan perubahan-perubahannya.
7. Lain-lain, baik berupa anjuran-anjuran, janji-janji, ataupun ancaman.

Menurut Sambas dalam Muhiddin (2002), al-Qur'an menjelaskan Islam sebagai pesan dakwah memiliki karakteristik unik dan *up to date*, yaitu:

1. Islam sebagai agama fitrah (QS. al-Rûm (30): 30)
2. Islam sebagai agama rasional dan pemikiran (QS. al-Baqarah (2): 164, QS. Ali 'Imrân (3): 191 dan QS. al-Rûm (30): 8).
3. Islam sebagai agama ilmiah, hikmah, dan fiqhiyah (QS. al-Baqarah (2): 269, QS. al-An'âm (6): 35, 93, QS. al-A'râf (7): 178 dan QS. al-Jumu'ah (62): 20.
4. Islam sebagai agama argumentatif (*hujjah*) dan demonstratif (*burhân*), (QS. al-An'âm (6): 83)
5. Islam sebagai agama hati (*qalb*), kesadaran (*wijdân*) dan nurani (*ḍamîr*), (QS. Qâf (50): 37 dan QS. al-Shu'arâ' (26): 89).
6. Islam sebagai agama kebebasan (*hurriyah*) dan kemerdekaan (*istiqlâl*), (QS. al-Baqarah (2): 256).
7. Islam sebagai agama kedamaian dan kasih sayang seluruh alam (*raḥmatan lil 'âlamîn*). (hlm. 151-152).

Dengan konsep pesan-pesan dakwah seperti ini secara implisist menghendaki perlunya wawasan yang luas bagi para dai, apalagi kalau menghadapi kalangan cendekiawan dan para pakar. Implikasinya adalah bahwa seorang dai harus senantiasa belajar, memperluas wawasan ilmu Islamnya, menyesuaikan dengan dinamika masyarakat sebagai obyek dakwah (*mad'û*).

Arifin (2011) dalam topik bahasan *"Merencanakan Pesan dan Metode Dakwah*" menyajikan berbagai teori komunikasi yang terkait dengan penyusunan pesan. Salah satu rumus klasik yang dikemukakan adalah AIDDA yang disebut juga dengan adaption process, yaitu: *attention, interest, desire, decision and action*. Artinya proses komunikasi dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*), kemudian menumbuhkan minat dan kepentingan (*interest*), sehingga khalayak memiliki hasrat (*desire*), untuk menerima pesan yang dirangsangkan oleh komunikator, dan akhirnya diambil keputusan (*decision*) untuk mengamalkan dalam tindakan (*action*). (hlm. 250-251).

Arbi (2012, hlm. 254-267) menyiapkan satu bab dalam bukunya yang memuat pesan dakwah yakni bab 12 dengan judul *"Dakwah Profesional: Pendakwah dan Mitra Dakwah Mengemas Pesan Dakwah"*. Pembahasan ini secara garis besar dibagi ke dalam beberapa bagian, antara lain: 1. Mengemas pesan, 2. Berhati-hati dengan pesan dakwah, 3. Organisasi, struktur dan imbauan pesan, dan 4. Keseimbangan pesan verbal dan non-verbal. Dalam kaitan dengan imbauan pesan, Arbi menyebutkan 5 macam imbauan, salah satu diantaranya adalah imbauan motivasional. Imbauan motivasional menggunakan imbauan motif (*motive appeals*) yang menyentuh kondisi intern diri manusia. Dengan menggunakan beberapa mazhab psikologi, kita dapat mengklasifikasikan motif pada dua kelompok besar, yaitu motif biologis dan motif psikologis. Manusia bergerak bukan saja didorong oleh kebutuhan biologis seperti lapar dan dahaga, tetapi juga karena dorongan psikologis seperti rasa ingin tahu, kebutuhan akan kasih sayang, dan keinginan untuk memuja. (Arbi 2012, hlm. 263).

Beberapa karakteristik Islam, Alhidayah (2008) yang harus disampaikan di saat memberikan dakwah adalah: 1) Ia berasal dari Allah Swt. (*from God*). Karaketeristik pertama adalah bahwa Islam datang dari Allah dan bukan dari manusia. Ini berarti keyakinan telah diresepkan oleh Allah (*aqîdah*), juga hukum-hukum (*sharî'ah*), dan perilaku moral (*akhlâq*) juga merupakan hasil petunjuk Ilahi dari Allah swt. 2). Ia lengkap (*complete*). Karakteristik kedua adalah Islam sebuah jalan hidup yang lengkap, ini berarti tidak menegasikan berbagai aspek, juga tidak berarti manusia tidak perlu lagi meningkatkan, menambah atau menyempurnakannya. 3) Ia jelas (*clear*). Karakteristik ketiga adalah bahwa Islam sudah jelas karenanya manusia dapat memahaminya. Islam memiliki jawaban untuk semua pertanyaan seseorang, dalam cara manusia dapat memahami dan mengimplementasikan. 4) Komprehensif (*comprehensive*). Sebagai tambahan dari suatu cara yang hidup yang komplit, Islam juga komprehensif, yang berarti bahwa dia meliputi seluruh aspek keberadaan manusia. Dia menyediakan petunjuk bagi anak-anak dan orang tua, misalnya, bagi pemerintah dan rakyatnya. Dia dapat diterapkan pada individu, keluarga dan seluruh masyarakat. 5) Seimbang (*balanced*). Karakteristik kelima adalah bahwa Islam se-

imbang antara aspek-aspek fisik dan spiritual, dan juga moderat (tidak ekstrim). Ini berarti bahwa semuanya akan diberikan sesuai haknya, dan kebutuhan fisik seimbang dengan kebutuhan spiritual. 6) Praktis (*practical*). Islam juga sebuah agama yang praktis (jalan hidup), karena itu kalau dia tampaknya sulit dibuat menjadi lebih mudah. Misalnya, jika sulit bagi seseorang berdiri dalam shalat lima waktu, dia boleh duduk. Dengan cara ini Islam tak menjadi beban bagi para pemeluknya.

Ajaran-ajaran yang dikandung al-Qur'an mencakup seluruh aspek kehidupan: sosial. politik, ekonomi, dan pertahanan. Di mata McCarthy (2011) sebagaimana disebutkan dalam karya barunya *The Grand Jihad* "da'wa is proselytism, but not involving only spiritual elements---for Islam is not merely a religion, and spiritual elements are just a small part of doctrine. In truth, Islam is a comprehensive political, social, and economic system with its own authoritarian legal framework, shari'a, which aspires to govern all aspects of life." (dakwah adalah penyebaran agama, namun tidak melibatkan hanya elemen spiritual saja, karena Islam bukan hanya semata agama, dan elemen spiritual yang hanya sebagian kecil dari ajaran agama. Islam, pada hakekatnya adalah sistim politik, sosial dan ekonomi yang komprehensif dengan kerangka hukum otoritasnya, yakni syariah yang menginsfirasi semua aspek kehidupan).

Sebagian peneliti dakwah melihat bahwa pesan-pesan dakwah itu dinamis dalam arti bisa disesuaikan dengan kondisi insidentil penerima dakwah. Dalam kasus dakwah terhadap orang yang belum dikenal dalam pertemuan sepintas, misalnya sesama penumpang dalam perjalanan. Dakwah dapat dimulai dengan bertanya, misalnya kenapa anda memakai salib? Apa signifiknasinya? (Topiknya tentu: Apakah Isa as. disalib?). Kenapa anda memakai Teeka, Vermillon atau Mangalsutra? (Topiknya: Status Wanita dalam Agama Hindu). Selama musim Natal: Apa signifiknasi hari Natal? (Topiknya: Apakah Yesus itu Tuhan? Atau Dapatkah Tuhan itu dilahirkan? Di saat terjebak dalam kemacetan lalu lintas selama prosesi acara Ganesh Chartuthi: pertanyaannya Siapa itu Ganesh? (Topik: Konsep Tuhan dalam Agama Hindu). Mengingat India adalah negara multi-kultural, terdapat beberapa festival yang memberi kesempatan untuk memperkenalkan dakwah dengan mena-

nyakan pertanyaan-pertanyaan sederhana terkait dengan festival tersebut. Peneliti juga menambahkan ketimbang menjelaskan kebaikan-kebaikan agama Islam kepada orang asing, lebih baik meminta mereka menyampaikan penilaiannya tentang segi-segi Islam yang tidak baik menurut mereka (Form of Da'wa, 2009).

Pesan-pesan dakwah seperti ini memang menarik dan menantang yang harus dikembangkan oleh dai sesuai dengan obyek dakwah dan situasi lingkungan dakwah yang mengitarinya. Untuk kasus Indonesia mungkin ada yang lebih spesifik, terhadap pria pemakai keris antik, kalung antik, gelang antik dan cincing dengan permata batu. Kepada pemakai pertannyaan yang mungkin bisa diajukan antara lain adalah apa signifikansi penggunaan perhiasan-perhiasan tersebut? Topik sesungguhnya adalah akidah Islam, akan tetapi dimulai dari kasus penyimpangan akidah. Di sebagian masyarakat kita ada keyakinan bahwa benda-benda seperti itu bertuah, dapat menolak bahaya dan mendatangkan keberuntungan. Saat ini di Indonesia dan di beberapa negara lain, seperti Thailand, masyarakat lagi demam batu bacan. Kondisi ini kemungkinannya terinspirasi antara lain dari film: Joda Akbar" dari India dan "King Sulaiman" dari Turki di mana penggunaan perhiasan batu agak mencolok.

Batu-batu mulia ini diformat menjadi hiasan yang menarik, cincin, gelang dan kalung. Selain menarik batu-batu ini diyakini sebagian orang cocok digunakan untuk keperluan tertentu seperti: dagang, pengasihan dan wibawa. Hiasan batu-batu ini diburu penggemar sehingga harganya cukup mahal, jutaan bahkan milyaran rupiah. Di masyarakat Bulukumba, Sulawesi Selatan dulu, misalnya, ada keyakinan, bahwa ada kalung tertentu disebutnya "kalung babi" dan mustika besi kalau dipakai oleh seseorang, dia akan kebal terhadap benda-benda tajam. Di berbagai daerah di Indonesia akan dijumpai banyak ragam khazanah benda-benda yang memiliki nuansa magik dan diberi perlakuan khusus, misalnya dengan ritual-ritual khusus pada waktu-waktu tertentu, misalnya malam Jum'at.

Analisis Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Al-Qur'an

Berdasarkan penelusuran penulis terhadap ayat-ayat al-Qur'an diperoleh informasi bahwa bentuk-bentuk pesan dakwah dalam perspektif Al-Qur'an adalah sebagai berikut:

Pesan Dakwah dalam Bentuk Ayat-Ayat al-Qur'an

Pesan dakwah terutama sekali didasarkan pada otoritas sumber-sumber utama agama Islam yaitu al-Qur'an. Dasar yang dapat dipegangi adalah QS. al-Baqarah (2) ayat 213, "Manusia itu adalah umat yang satu, (setelah timbul perselisihan), maka Allah mengutus para nabi, sebagai pemberi kabar gembira dan pemberi peringatan, dan Allah menurunkan bersama mereka Kitab dengan benar, untuk memberi keputusan di antara manusia tentang perkara yang mereka perselisihkan." (Kemenag, 2014, hlm. 33).

Al-Qur'an menempati urutan pertama dan utama dalam peringkat pesan dakwah karena di samping sebagai Firman Allah, ia juga memegang peranan sangat penting dalam kehidupan. Al-Qur'an memiliki beberapa fungsi antara lain:

Kitab Petunjuk (Hudan)

Manusia meskipun merupakan makhluk Allah yang diciptakan dalam bentuk yang paling sempurna dan diberi potensi akal, sebagai mahluk yang mulia, mereka juga memiliki berbagai keterbatasan. Demikian pula dengan watak intrinsiknya dan imannya yang fluktuatif, karena itulah petunjuk senantiasa diperlukan. Al-Qur'an berfungsi sebaga petunjuk bagi kehidupan manusia (QS. al-Baqarah (2) ayat 185). Manusia sepanjang sejarahnya senantiasa disiapkan petunjuk oleh Allah swt. melalui pengutusan Rasul dan diturunkannya kitab suci. Hanya saja sejarah menunjukkan betapa banyak manusia yang gagal dalam meraih petunjuk Tuhan. Hingga kinipun manusia masih banyak yang enggang merangkul petunjuk Tuhan, tingkat apresiasi orang terhadap Al-Qur'an, misalnya, masih lebih dominan tadarrusan atau dimusabaqahkan. Hanya sekedar dibaca-baca tapi belum dibaca dengan sesungguhnya, dan sudah barang tentu mendapat pahala. Tingkat apresiasi lebih tinggi membaca dan memahami maknanya masih

juga terbatas pada kalangan tertentu. Hal ini antara lain disebabkan: belum meratanya distribusi Al-Qur'an dan terjemahnya. Yang demikian ini tentunya memerlukan motivasi dari para dai agar masyarakat terdorong untuk membeli kitab suci Al-Qur'an yang mempunyai terjemahan dalam Bahasa Indonesia. Pemerintah dan lembaga keagamaan juga hendaknya memfasilitasi distribusi Al-Qur'an dan terjemahnya.

Apresiasi Al-Qur'an tertinggi adalah tercapainya level pengamalan petunjuk Al-Qur'an. Level apresiasi inilah yang kelihatannya secara umum yang paling rendah, meskipun sebagian masyarakat Islam telah melakukannya bahkan sebagian kecil di antaranya kalau bisa dikatakan over, khususnya dalam ayat-ayat jihad dan perang. Pemahaman dan pengamalan ayat-ayat seperti ini memerlukan panduan dari pembimbing yang moderat disertai tersedianya tafsir ayat yang lebih kontekstual. Pemahaman ayat jihad dan perang yang berujung pada tindakan teror lebih pada dataran pemahaman tekstual, terlepas dari konteks. Dengan pemahaman seperti ini perintah membunuh dalam ayat-ayat Al-Qur'an yang secara kontekstual mengacu pada kondisi perang justeru dipahami dan diamalkan dalam kondisi damai. Akibatnya korban dari orang-orang tak bersalah tidak bisa dihindarkan, atau dianggap bersalah oleh mereka karena menghalangi jihad atau korban dianggap memang layak dibunuh karena termasuk golongan kafir.

Pemisah antara yang Hak dan yang Batil (Furqân)

Kata *furqân* disebutkan tujuh kali dalam Al-Qur'an, seperti QS. al-Furqân (25) ayat 1). Derivasi kata *furqân* adalah *faraqa* yang berarti: memisahkan, membedakan dan membelah. (Omar 2007, hlm. 235). Furqan mengandung 2 makna: 1. *Standard of true and false* yakni standar kebenaran dan kebatilan, 2. *Criterion of right and wrong* yaitu kriteria benar dan salah ('Omar, 2010, hlm. 425). Di mata al-Isfahânî, *furqân* lebih menekankan pada perbedaan antara yang hak dengan yang batil dan antara yang benar dan yang salah. Hak dan batil senantiasa menghadang perjalanan seseorang muslim. Idealnya seorang muslim harus selalu berada pada posisi yang hak dan mempertahankannya. Sebaliknya kebatilan seyogyanya dijauhkan dari kehidupan seorang muslim. Namun demikian dalam prakteknya seorang muslim terka-

dang terjerumus dalam kebatilan. Bagi orang-orang tertentu silau dalam melihat jalan hidupnya sehingga tidak mampu membedakan antara yang hak dan yang batil. Umat selayaknya bersyukur kepada Allah atas Al-Qur'an karena dengannya diketahui mana yang hak dan mana yang batil. Apa yang dinyatakan hak oleh Al-Qur'an itulah yang hak sesungguhnya, dan sesuatu yang dipandang batil oleh Al-Qur'an berarti itu memang suatu yang batil. Salah satu fungsi Al-Qur'an memang memberi pembatas antara yang hak dan yang bathil (QS. al-Baqarah (2) ayat 185).

Menurut Zayn al-Dîn al-Râzî dalam Hefni (2015, hlm. 30), Al-Qur'an sebagai pembeda (*al-furqân*) memang diturunkan untuk mempertegas hal-hal yang tidak disepakati manusia, yaitu penentuan mana yang baik dan mana yang buruk, mana yang halal dan mana yang haram. Di mata al-Zuhaylî (2002, hlm. 360), penurunan *al-furqân* ini bertujuan agar menjadi peringatan untuk menakuti manusia dan jin dari azab Allah jika mereka tidak beriman kepada keesaan Allah.

Pembenar dan Standar Ujian atas Kitab Suci (Muṣaddiq dan Muhaymin)

Poin ini didasarkan pada QS. al-Mâ'idah (5) ayat 48, "Dan Kami telah menurunkan kepadamu Al-Qur'an dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, (yaitu kitab-kitab yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu; maka putuskanlah perkara mereka dengan apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang. "Ada dua fungsi utama Al-Qur'an dalam ayat ini yaitu": partama, kitab suci Al-Qur'an berfungsi sebagai pembenar dalam arti meluruskan (*muṣaddiq*) ajaran yang terkandung dalam kitab selain Al-Qur'an. Olehnya itu inti dasar ajaran Tuhan yang terdapat dalam Al-Qur'an dipastikan ada dalam kitab suci samawi sebelumnya. Kedua, Al-Qur'an berfungsi sebagai standar penilaian atau tolok ukur (*muhaymin*) atas kandungan isi kitab suci yang lain.

Berbagai penafsiran yang ditawarkan para mufassir terhadap kata *muhayminan alayhi*. Ridhâ (1975, hlm. 321), misalnya, melihat bahwa

kata *muhayminan alayhi* dalam ayat ini digunakan untuk menjelaskan Al-Qur'an sebagai faktor utama dalam menentukan mana yang benar dan mana yang salah dalam kitab suci sebelumnya. Al-Zamakhsharî (n.d, hlm 35) menafsirkan kata *muhayminan alayhi* dengan *raqîban alâ' sâir al-kutub*, yakni Al-Qur'an berfungsi sebagai penjaga seluruh kitab yang diturunkan Tuhan kepada para Nabi-Nya. Manṣûr (2003, hlm. 142) mengemukakan bahwa salah satu makna kata *muhayminan alayhi* adalah *qâ'iman alâ al-kutub*, yang berarti Al-Qur'an datang untuk menegakkan ajaran yang terdapat dalam kitab-kitab yang diturunkan sebelumnya.

Pembawa Rahmat (Raḥmat)

Salah satu bentuk rahmat Allah adalah diturunkannya al-Qur'an (QS. al-Raḥmân (55) ayat 1-2). Kata rahmah antara lain berarti: kelembutan (*riqqah*), empati (*ta'aththuf*), pemberian maaf (*maghfirah*), penyayang (*hanan*), rezki dan lokasi yang subur. Rahmat bagi semesta alam (*raḥmatan li al-'âlamîn*) berarti memiliki empati dan sikap yang baik terhadap seluruh makhluk di alam semesta. Rahmat meliputi segala bentuk kebaikan untuk manusia di dunia dan di akhirat. Rahmat adalah salah satu sifat Allah yang paling menonjol. Dia selalu mengedepankan sifat ini dari sifat-sifat lainnya dalam memilih, menetapkan dan memprioritaskan semua perkara (QS. al-An'âm (6) ayat 12). (Hefni 2015, hlm. 30).

Al-Qur'an merupakan rahmat bagi manusia (QS. al-Naml (27) ayat 76-77) sebagai sumber dan penyebar kasih sayang bagi segenap alam. Nilai-nilai yang dikandung Al-Qur'an akan membantu mewujudkan perasaan kasih di antara sesama, bahkan terhadap lingkungan sekitar. Ayat-ayat al-Qur'an apabila dipahami dengan benar akan menciptakan kasih sayang di antara umat manusia. Sebaliknya kesalahan dalam memahaminya akan menyebabkan kebencian dan permusuhan. Nilai rahmat yang dikandung al-Qur'an bisa diraih oleh siapa saja baik muslim maupun non-muslim. Di perguruan tinggi Barat, misalnya, terdapat banyak pakar dan professor studi al-Qur'an dan Tafsir padahal mereka bukan Muslim. Mereka mengajarkan *Qur'anic Studies* dan Tafsir Studies kepada mahasiswa dari berbagai belahan dunia, termasuk

dunia Islam. Mereka menjadi pengajar studi al-Qur'an di berbagai negara, menjadi pembimbing dan penguji thesis dan disertasi dalam studi al-Qur'an. Sebagai tambahan, mereka juga menjadi pemakalah dalam konfrensi internasional studi al-Qur'an dan menghasilkan berbagai karya ilmiah dalam bidang studi al-Qur'an.

Penawar Penyakit (Shifâ')

Shifâ' dalam Bahasa Indonesia berarti obat atau penawar. Dalam Bahasa Inggris, *ṣhifâ'* antara lain diterjemahkan dengan *cure*, *healing* dan *recovery* (Wehr 1974, hlm. 479). Sebagaimana fisik, hati juga akan mengalami sakit jika di satu sisi iman sedang lemah dan di sisi lain besarnya godaan dari luar. Ajaran-ajaran yang terdapat dalam Al-Qur' an dapat berfungsi sebagai penawar penyakit-penyakit rokhani (QS. al-Isrâ' (17) ayat 82 dan QS. Yûnus (10) ayat 57). Penyakit rohani ini terkadang diderita seseorang meskipun ia tidak menyadarinya. Jenis penyakit ini memerlukan latihan dan kesabaran untuk penyembuhannya.

Resep-resep penyembuhan berbasis al-Qur'an memang terbukti dapat membantu proses pemulihan. Saat ini telah banyak pusat rehabilitasi pemakai narkotika memberikan terapi berdasarkan konsep-konsep al-Qur'an n. Hasilnya sangat menggembirakan pasien yang memang dengan sungguh-sungguh menginginkan pemulihan yang ditandai dengan rajin mengamalkan relatif cepat proses penyembuhannya. Selain itu, pengobatan dengan sistim rukyat khususnya bagi mereka yang diganggu makhluk halus, seperti jin menjadi fenomena yang menarik. Sistim pengobatan ini menggunakan ayat-ayat al-Qur'an yang dibacakan oleh teraphist dengan gerakan-gerakan dan sentuhan tertentu. Dengan bacaan ayat-ayat tertentu jin yang merasuk ke tubuh seseorang akan diminta keluar dari tubuh pasien dengan sukarela atau dengan paksaan.

Pembawa Pencerahan

Sebagai kitab suci, al-Qur'an mengemban misi pencerahan bagi manusia. Allah berfirman dalam QS. Ibrâhîm (14) ayat 1, "*Alif*, *lam râ* (Ini adalah) Kitab yang Kami turunkan kepadamu supaya kamu mengeluarkan manusia dari gelap gulita kepada cahaya terang benderang

dengan izin Tuhan mereka, (yaitu) menuju jalan Tuhan Yang Maha Perkasa lagi Maha Terpuji." Menurut al-Ṣâbûnî (1981, hlm. 90), *ẓulumât* pada ayat ini berarti kebodohan, kesesatan dan kekafiran. Quṭb (1992, hlm. 2085) menafsirkan lafal *ẓulumât* dalam ini dengan kegelapan akibat: angan-angan, politeis dan kerancuan tata nilai. Dari ayat ini dapat dipahami bahwa Islam sangat menekankan konsep perubahan karenanya dakwah semestinya lebih banyak difungsikan sebagai *agent of social change*. Dakwah hendaknya diarahkan pada penciptaan suasana yang kondusif untuk terjadinya perubahan. Tuhan sendiri tidak akan merubah suatu kaum sehingga mereka merubah apa yang ada pada mereka (QS. al-Ra'd (13) ayat 11). Perubahan diharapkan terjadi pada aspek sikap mental, pola pikir, dan sosial.

Dakwah yang berorientasi pada pengembangan masyarakat membutuhkan dai pelopor yang terjun langsung dan bersama warga melakukan perbaikan dalam aspek pembangunan yang menjadi prioritas. Da'i pengemban masyarakat ini diharapkan dari para sarjana dengan latar belakang Ilmu Pengembangan Masyarakat (*Community Development*) atau Ilmu Kesejahteraan Sosial (*Social Welfare*). Da'i pengemban masyarakat ini tentunya dilengkapi dengan berbagai keterampilan, antara lain Participatory Research, pemetaan aset (*asset mapping*) dan Focuss Group Discussion (FGD). Dengan *asset mapping* masyarakat akan terbantu dalam mengenal potensi yang dimiliki yang akan dikembangkan. Potensi dimaksud antara lain: sumber daya, sosial, budaya, ekonomi, politik dan religius. Da'i pengemban masyarakat ini dalam melakukan tugas pengembangan mereka juga berperan sebagai: 1. Mediator antara masyarakat dengan lembaga pemberi bantuan, baik dana, peralatan maupun tenaga ahli. 2. Penghubung antara masyarakat dengan pihak pemerintah melalui dinas atau kementerian yang terkait, dan antara masyarakat dengan perguruan tinggi.

Al-Qur'an menuntun manusia untuk mencapai keselamatan dunia dan akhirat sebagai tujuan dakwah. Kitab suci ini selain berfungsi sebagai pesan dakwah ia juga menjadi pedoman dasar dalam pelaksanaan dakwah. Dengan kekayaan khazanah yang dimilikinya al-Qur'an bagaikan sumber mata air yang tak pernah kering tetap menawarkan konsep-konsep *up to date* bagi kajian-kajian keislaman kontemporer.

Dalam beberapa tahun terakhir ini agaknya dunia menggiring kita dalam diskursus: demokrasi, Hak Asasi Manusia (HAM), gender, dan hubungan antar agama. Agar al-Qur'an dapat secara kontinyu memberikan kontribusi dalam menuntun manusia dalam menapaki liku-liku hidupnya jika ia ditafsirkan sesuai irama perkembangan kehidupan khususnya dalam bidang sains dan teknologi. Penafsiran, karena ia sebagiannya merupakan refleksi sosiologis dan politis yang terkait dengan waktu dan setting sosial tertentu, olehnya itu harus senantiasa ditinjau, dievaluasi, dikritisi dan diperbaharui. Makanya, reinterpretasi menjadi sesuatu yang niscaya bila umat tetap ingin mendasarkan amalan dengan wawasan Al-Qur'an. Tanpa reinterpretasi konsep-konsep *Qur'ani* yang sejatinya kaya dengan pelita kehidupan menjadi konsep yang redup.

Apabila reinterpretasi masih belum mampu menjembatani konsep ideal dengan realitas kehidupan, maka metode penafsiran perlu ditinjau ulang. Atau menggagas metode penafsiran yang lebih kondusif yang memungkinkan al-Qur'an berdialog dengan manusia. Metode penafsiran kitab suci tidak mesti harus selalu berasal dari kalangan pakar studi Qur'an atau Tafsir muslim. Namun demikian, meskipun secara historis dan latar belakang, suatu metode berasal dari non-muslim sejauh ia dapat membantu dalam proses pemahaman dan tidak mengutak-atik apa yang mayoritas muslim dianggap "final" dapat digunakan. Dalam konteks ini hermeneutika yang awalnya digunakan dalam interpretasi Bible, patut dipertimbangkan. (Syamsuddin 2009, hlm. 76-86) Umat Islam memerlukan pendekatan tafsir transformatif

Bagi dunia Barat sendiri, khususnya Amerika, Islam dianggap agama yang paling pesat perkembangannya. Hal ini antara lain disebabkan ketekunan dan ketangguhan para dainya yang tak jemu-jemunya memperkenalkan Islam. Di samping itu pertumbuhan populasi muslim karena kelahiran memang tinggi dibanding masyarakat lainnya. Pada masyarakat pluralistik seperti Amerika siapa yang paling intens dalam presentasinya akan mendapatkan simpati publik yang paling banyak dan karenanya juga akan mendapatkan penganut yang paling banyak. Lovering (1979)vmenulis bahwa agama Kristen telah gagal secara memilukan. Kini saatnya Islam menawarkan keselamatan

(*salvation*) dari kemabukan, seks bebas, korupsi, politis, kekerasan, penghujatan, dan gaya hidup yang rusak yang menerpa dunia Kristen.

Marty (2016) berbicara mengenai beberapa sifat yang telah melekat pada etos Amerika yang tetap akan bertahan. Islam menurutnya akan mampu menjawab dengan baik banyak di antaranya, 1). Pluralisme dan eksperimentalisme: telah menjadi ciri umum keinginan orang-orang Amerika untuk mencari dan mempraktekkan spiritual alternatif. Karenanya Islam akan menyentuh telinga, jika disampaikan unsur-unsur *distinktif*nya. 2). Skripturalisme: ketertarikan pada suatu wahyu tertulis. Al-Qur'an sebagai Firman Tuhan sesuai dengan distingsi ini. 3). Pemikiran yang mencerahkan: Islam memiliki alternatif yang andal yang ditolak secara emosional oleh Kristen kontemporer. 4). Sukarelawan: pandangan bahwa gereja atau institusi seharusnya didukung kontribusi sukarela ketimbang dari negara. Islam menetas di Amerika, dan karenanya harus lebih menarik perhatian di wilayah ini.

Namun demikian, menurut Poston (2016) umat harus melakukan perubahan jika ingin mendapatkan ciri-ciri tersebut. Beberapa hal sebaiknya dipertimbangkan: a. Islam di Amerika harus mengembangkan suatu kepemimpinan asli (*indigenous leadership*), atau mengadopsi sifat asing secara distinktif, yang akan menghambat pertumbuhannya. b. Para muallaf hendaknya berhenti mengadopsi nama Arab (*arabic name*) sewaktu pindah agama. c. Berusaha merubah image stereotif Islam (*stereotypical images*) yang hanya sebagai representasi teroris Iran dan Libia, aktivis kulit hitam, dan pria patriotik berlebihan. d. Polemik anti Kristen *(anti-Christian polemic*) harus segera dihentikan. e. Kesatuan (*unity*) sebagaimana yang dimimpikan Muslim sebagai pencarian yang sia-sia, dan sebaiknya dilarang. f. Pendekatan misi sekte Gereja (*low-Church missiological approach*) mestinya diperluas dan dikembangkan secara kontinyu. Muslim awam harus dimobilisasi dalam mendukung program pemerintah.

Sebagai firman Tuhan, ayat-ayat Al-Qur'an harus diperlakukan secara proporsional. Membacanya dalam ceramah hendaknya didahului dengan *taawwudz* dan didasarkan pada ilmu tajwid. Di dalam mengemukakan ayat-ayat Al-Qur'an yang dijadikan inti pembahasan atau dalil sebaiknya dikemukakan penafsiran dari para mufassir. Hen-

daknya dijauhkan penafsiran atau pemahaman parsial dan atomistik dengan memerhatikan korelasi ayat (*munâsabah*) dan sebab pewahuan (*asbâb nuzûl*), kalau ada. Dai sebaiknya menghindari klaim pemahaman dan penafsirannya terhadap suatu ayat atau penggalan ayat dengan mengatakan bahwa demikianlah yang dikehendaki Tuhan. Sepatutnya dia mengatakan bahwa demikianlah pemahaman saya terhadap ayat ini. Maksud hakiki Firman-firman Tuhan hanya Tuhanlah yang mengetahuinya, dalam hermeneutika disebutkan bahwa intensi pengarang hanya diketahui oleh pengarang (*author*). Mufassir hanya mencoba dengan segala kelebihan dan keterbatasannya untuk menangkap makna dari simbol-simbol bahasa Al-Qur'an.

Pesan Dakwah dalam Bentuk Hadis Nabi Saw

Hadis yang mencakup segala perkataan, perbuatan dan takrir Nabi merupakan pesan utama dakwah. Posisi strategis ini secara eksplisit disebutkan dalam berbagai ayat Al-Qur'an. Allah berfirman dalam QS. al-Hasyr (59) ayat 7, " ...Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah dia. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah; dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya." Dalam QS. Ali 'Imrân (3): 31, ditegaskan bahwa menaati Rasul merupakan tanda kecintaan kepada Allah. Pada ayat 32, tercantum perintah untuk menaati Allah dan Rasul-Nya, dan ancaman bagi mereka yang berpaling. QS. al-Nisâ' (4): 59, tertera perintah untuk menaati Allah, Rasul-Nya dan *ulil amri*. Dalam ayat ini pula disebutkan kalau terjadi perbedaan pendapat tentang sesuatu agar kembali kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunnahnya).

Tegasnya perintah mengikut Rasul sangat rasional karena Rasul tidak berbicara berdasarkan hawa nafsu melainkan wahyu dari Tuhan (QS. Al-Najm (53): 4). Apa yang datang dari Rasul menjadi pedoman hidup bagi seorang muslim, karena memang beliau sebagai suri teladan yang baik (QS. al-Ahzâb (33): 21. Rasulullah memang sangat layak dijadikan teladan dalam kehidupan mengingat beliau mendapatkan pengakuan dari Allah swt. sebagai seorang yang benar-benar memiliki perangai yang agung (QS. al-Qalam (68): 4). Beliau juga sangat merasakan penderitaan orang lain, sangat menginginkan keimanan dan

keselamatan terhadap mereka, dan amat belas kasihan lagi penyayang terhadap orang-orang mukmin (QS. al-Tawbah (9): 128).

Sehubungan dengan posisi sentral Nabi Muhammad Saw. dalam otoritas keagamaan, dalam Al-Qur'an diperoleh beberapa etika bagaimana seharusnya umat Islam memperlakukan beliau atau hadisnya. Dalam QS. al-Hujurât (49): 1, misalnya, tercantum larangan kepada kaum muslimin untuk mendahului Allah dan Rasul-Nya, yang dipahami dengan orang-orang mukmin tidak boleh menetapkan sesuatu hukum, sebelum ada ketetapan Allah dan Rasul-Nya. Dalam ayat 2 disebutkan larangan meninggikan suara lebih keras dari suara Nabi. Larangan ini sangat signifikan karena dapat menyakiti hati Nabi, yang berimplikasi pada hapusnya amal perbuatan seseorang. Sikap dan perilaku seseorang yang cenderung melemahkan posisi dan mengesampingkan hadis-hadis Rasulullah saw. dalam mengatur kehidupan dapat dianggap bagian dari cakupan larangan tersebut.

Sebagaimana teks Al-Qurán, teks hadis juga tetap, tidak mengalami perubahan meskipun terjadi loncatan perubahan yang dahsyat dalam kehidupan. Kalau demikian bagaimana hadis dapat memberi kontribusi dalam tatanan dunia yang sudah sangat berbeda? Seperti Al-Qur'an yang senantiasa menuntut reinterpretasi untuk menyesuaikan dengan kondisi kontemporer, hadis juga memerlukan syarah yang lebih kondusif. Kajian baru memang akan muncul kalau kita berani memberikan penafsiran ulang terhadap hadis tersebut. Semakin luas makna yang kita berikan pada hadis akan semakin kaya bahan kajian untuk didiskusikan sebagai landasan berakidah, beribadah dan bermuamalah. Dengan cara ini kekuatan hadis sebagai konten dakwah Islam bisa digunakan dalam era modern. Pada prinsipnya hadis memiliki peran sebagai penjelas Al-Qur'an yang pada umumnya berbentuk garis besar. Karenanya hadis dapat digunakan para dai sebagai pesan-pesan dakwah dalam seluruh aspek kehidupan, khususnya dalam menghadapi isu-isu kontemporer seperti HAM, demokrasi, gender, pluralisme dan lain-lain (Integritas hadits, 2010. p. 5).

Meskipun Hadis termasuk pesan pokok dakwah di samping Al-Qur'an, ia menempati posisi kedua dalam hirarki otoritas teks keagamaan. Karena itu hadis tidak boleh bertentangan dengan Al-Qur'an

sebagai sumber pertama dan utama. Dai seharusnya berhati-hati dalam membedakan hadis dengan perkataan sahabat atau pendapat ulama. Dalam mengemukakan hadis sebaiknya memerhatikan penjelasan (*sharah*) hadis dari ulama, demikian pula pandangan ulama atas kedudukan hadis yang dijadikan pembahasan. Secara historis, meski pun penggunaan hadis-hadis lemah diperbolehkan dalam dakwah dalam rangka targhib dan tarhib, dai hendaknya ekstra hati-hati. Kehati-hatian dalam hal melihat audience yang dihadapi dan dalam memberikan penjelasan terhadap hadis-hadis seperti itu. Khususnya hadis-hadis yang menggambarkan amalan yang kecil dengan pahala yang fantastik, karena hal ini di satu sisi dapat mendorong orang meningkatkan amalnya, tetapi di sisi lain juga dapat membuat orang malas beramal karena merasa amalnya sudah memadai.

Pesan Dakwah dalam Bentuk Pendapat Ulama

Ulama memainkan peran sentral dalam dakwah karena ia mengemban amanah kesinambungan Risalah Ilahiyah. Sebagai ahli agama, pendapatnya dapat dijadikan sebagai pesan dakwah. Posisinya di tengah-tengah masyarakat memang sebagai rujukan dan konsultan agama. Dalam QS. al-Anbiyâ' (21): 7, Allah berfirman: "Kami tiada mengutus rasul-rasul sebelum kamu (Muhammad), melainkan beberapa orang laki-laki yang Kami beri wahyu kepada mereka, maka tanyakanlah olehmu kepada orang-orang yang berilmu, jika kamu tidak mengetahui." Selanjutnya dalam QS. Fâṭir (35): 28, Allah berfirman: "Sesungguhnya yang takut kepada Allah di antara hamba-hamba-Nya, hanyalah ulama. Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Pengampun." Yang dimaksud ulama di sini adalah orang-orang yang mengetahui kebesaran dan kekuasaan Allah Swt. Posisi pendapat ulama sebagai pesan dakwah ini juga diperkuat dengan hadis *"al-'ulamâ'u warathat al-anbiyâ"* artinya ulama itu pewaris para Nabi. Selain itu hadis tentang pengutusan Mu'âdh bin Jabal ke Yaman sebagai hakim dan muballigh juga dapat diajdikan landasan.

Dalam hadis tersebut disebutkan sewaktu Rasulullah saw. Mengutus Mu'âdh bin Jabal ke Yaman, beliau bertanya kepadanya dengan apa engkau menetapkan hukum, Mu'âdh menjawab, dengan Kita-

bullah. Kemudian Rasul bertanya lagi jika engkau tidak menemukan dalam Kitabullah, Mu'âdh menjawab, dengan Sunnah Rasulullah. Rasul melanjutkan pertanyaannya jika engkau tidak mendapati dalam Sunnah Rasulullah, Mu'âdh menjawab saya berijtihad. Dari hadis ini dipahami bahwa dalam kedudukan Mu'âdh sebagai hakim/ulama, pendapatnya bisa dijadikan acuan ketetapan hukum, berarti dalam konteks dakwah, pendapat ulama juga bisa dijadikan pesan dakwah.

Ulama yang dikutip pendapatnya hendaklah disebutkan namanya demikian pula lembaganya. Pendapat yang dikutip tentunya tidak boleh bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadis. Pendapat mereka tetap perlu dikritisi dengan mempelajari argumen-argumennya. Dai selayaknya menghindari taklid dan fanatisme kepada ulama dan pandangan kegamaan tertentu. Dia harus terbuka kepada setiap pendapat lalu membanding-bandingkannya dengan pendapat lain kemudian mengambil pendapat yang dianggap lebih kuat.

Hasil Penelitian sebagai Bentuk Pesan Dakwah

Salah satu penekanan dalam kegiatan dakwah adalah dilakukan dengan hikmah, yakni perkataan yang tepat sesuai kebenaran. Landasannya adalah QS. Yusuf (12) ayat 108, "Katakanlah: inilah jalan (agama)-ku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujjah yang nyata. Maha Suci Allah, dan aku tiada termasuk orang-orang yang musyrik."

Muhammad Asad melihat bahwa kata *baṣîrah* dalam ayat ini memiliki konotasi abstrak, yakni "melihat dengan akal." Karena itu, menurutnya, kata ini menunjukkan fakultas pemahaman berdasar pada wawasan kesadaran, dan secara lebih tegas sebagai sebuah pembuktian yang dapat diterima atau dapat diverifikasi oleh akal. Pesan dakwah sebaiknya didasarkan pada pembuktian logis, hasil telaah yang cermat atau hasil penelitian di laboratorium dalam bidang tertentu apalagi dalam menghadapi obyek dakwah yang semakin cerdas dan kritis. (Jafar, 2010 hlm. 57).

Dalam mengemukakan hasil penelitian, para da'i diminta untuk menyebutkan kualifikasi peneliti dan tahun peneltian. Demikian pula lembaga penelitian. Kualifikasi ini menentukan kredibilitas hasil pene-

litian. Penyebutan tahun penelitian juga dimaksudkan untuk membandingkan dengan hasil penelitian lain. Untuk maksud ini da'i hendaknya menjalin kerjasama dengan lembaga-lembaga penelitian, atau berlangganan jurnal-jurnal hasil penelitian. Ceramah para da'i diaggap tidak menggugah (*striking*) dan tidak meyakinkan (*convincing*) kalau tidak ditopang dengan hasil-hasil penelitian dalam materi terkait. Sebagai contoh hikmah-hikmah di balik keharaman babi. Berdasarkan penelitian, tubuh babi merupakan media akumulasi berbagai bakteri. Karenanya babi dapat menularkan berbagai penyakit, termasuk *flu babi* (H1N1). Dalam hal keharaman mengkonsumsi darah dapat ditunjukkan hasil penelitian terkait. Dr. Ellin Herlia, peneliti Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran, misalnya, dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa darah merupakan tempat mikroba, tempat suburnya bakteri. Kalaupun darah direbus bakteri tetap tidak akan terbunuh. Menurutnya, penyakit akan muncul enam jam setelah mengkonsumsi darah. Penyakit yang berasal dari hewan yang pindah ke manusia antara lain: keracunan, demam dan muntaber (Suyanto, 2009).

Pesan Dakwah dalam Bentuk Kisah-Kisah

Sebagai pedoman hidup al-Qur'an juga memuat kisah-kisah yang selayaknya diresapi dengan baik. Kisah-kisah yang disajikan al-Qur'an adalah kisah nyata dan fakta sejarah, bukan rekayasa, fiksi, apalagi dongeng (QS. Ali Imran (3): 62, QS. al-Kahfi (18): 13, QS. al-Qaṣaṣ (28): 3). Menurut Ḥusayn dalam Baidan (2005, hlm. 224), ayat-ayat al-Qur'an menolak tuduhan sebagian orientalis bahwa dalam al-Qur'an terdapat kisah yang tidak sesuai dengan fakta sejarah. Al-Qur'an juga menolak pandangan bahwa kisah-kisah dalam al-Qur'an adalah karangan Nabi Muhammad bukan berasal dari Allah. Sebagian dari kisah ini telah dibuktikan melalui penelitian, seperti jasad Fir'aun, bahtera Nabi Nuh As., gua tempat pemuda gua (*ashâb al-kahfi*) berlindung dari kejaran Raja Dikyanus yang adidaya. (Jafar, 2017, hlm. 6-7). Menariknya adalah bahwa penelitian yang terkait dengan kisah-kisah ini dilakukan oleh orang Barat. Hal ini ditopang antara lain, keingintahuan yang tinggi, kesediaan menghabiskan waktu, energi dan dana. Di samping itu juga ditopang oleh kemampuan meneliti yang mum-

puni dan instrumen penelitian yang memadai, khususnya laboratorium. Namun perlu dicatat bahwa masih cukup banyak kisah-kisah yang belum dibuktikan karena keterbatasan kemampuan penelitian umat Islam. Kisah-kisah tersebut adalah kisah-kisah yang terbaik yang direkam al-Qur'an (QS. Yusuf (12), ayat 3).

Kisah-kisah ini merupakan pesan dakwah yang tetap menarik apalagi kalau dikemas rapi. Kisah-kisah perjuangan rasul dan bagaimana respon umat yang dihadapi, akan sangat berharga bagi dai. Ia akan menjadi pendorong dan penambah energi semangat dalam mengemban tugas dakwahnya. Selain itu kisah-kisah ini dapat membentuk sikap anak-anak yang secara psikologis mencari sosok idola dalam hidupnya. Meskipun kisah-kisah ini sebagiannya menjadi dongeng pengantar tidur akan tetapi kalau disampaikan dengan baik inti-inti pesannya akan terekam dengan baik dalam benak anak-anak. Tujuannya agar dapat mejadi bahan renungan dan bahan pelajaran (QS. Yusuf (12) ayat 111) agar kita terhindar dari azab yang ditimpakan kepada mereka. Bagi audiens dewasa cuplikan kisah-kisah ini dapat menjadi penambah bobot pesan dakwah yang disajikan dai. Terlebih jika kisah-kisah ini dikaikan kondisi dan permasalahan kekinian. Kisah-kisah dimaksud antara lain kisah para nabi dan rasul beserta respon umatnya. Demkian pula bagaimana bentuk azab yang diturunkan kepada mereka akibat tidak menerima ajakan Rasul yang diutus kepada mereka.

Berita sebagai Bentuk Pesan Dakwah

Berdasarkan isyarat-isyarat al-Qur'an, berita termasuk pesan dakwah. Al-Qur'an memang memuat berbagai berita baik dalam konteks *naba'*, *khabar*, *ḥadîth*, *atsar* maupun *'ifk*. Dalam al-Qur'an diperoleh variasi berita, mencakup antara lain: berita tentang umat terdahulu, berita-berita ghaib yang meliputi makhluk-makhluk ghaib serta informasi mengenai hari kemudian dan informasi muatan ilmiah. (Jafar, 2017, hlm. 3-5). Dengan dasar ini dapat digarisbawahi bahwa berbagai berita dari belahan dunia yang diperoleh dari siaran televisi, radio, koran dan internet akan menjadi pesan dakwah yang menarik bagi audiens. Hanya perlu dicatat bahwa dai hendaknya kritis terhadap berita-berita yang diterimanya, terutama berita yang akan didakwahkan.

Sebelum dijadikan pesan dakwah suatu berita hendaknya diteliti nilai kebenarannya dengan melacak sumbernya. Al-Qur'an memberikan pedoman dalam hal ini, sebagaimana disebutkan dalam QS. al-Hujurat (49) ayat 6:

> *"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu".*

Berita-berita yang diinformasikan dalam dakwah memiliki beberapa fungsi. Fungsi pertama adalah sebagai pembuka ceramah untuk menimbulkan perhatian. Ceramah agama, teristimewa khutbah Jum'at merupakan refleksi atas masalah yang muncul dalam seminggu. Sebagai masalah aktual daya tariknya kuat karena masyarakat cenderung *concern* pada hal-hal yang baru. Kedua, adalah pendukung topik yang dibahas sehingga menambah kualitas ceramah. Event-event kontemporer memberi nuansa tersendiri bagi topik yang sedang dikaji. Ketiga, adalah untuk bahan renungan. Dai mengingatkan masyarakat agar lebih berhati-hati dalam merespons berita-berita yang lagi ramai diperbincangkan dan tidak terpengaruh apalagi terprovokasi untuk melakukan tindakan anarkis.

Simpulan

Pokok-pokok pesan dakwah berdasarkan Al-Qur'an telah tertuang dalam artikel ini. Tentu memerlukan penelitian dan pengembangan lebih lanjut mengenai bentuk-bentuk lainnya. Pengembangan juga diperlukan dalam bentuk pencarian penafsiran yang sesuai perkembangan zaman dan kontekstual. Penafsiran yang dapat menjembatani ayat-ayat Al-Qur'an tentang bentuk-bentuk pesan dakwah dengan realitas kebutuhan umat. Penafsiran yang berfungsi sebagai *problem solving* terhadap masalah yang dihadapi masyarakat. Kajian menantang terkait dengan pengembangan pesan dakwah dalam al-Qur'an adalah sifat pesan dakwah. Sifat-sifat pesan dakwah ini konsep dasarnya dapat digali dalam al-Qur'an dengan pendekatan komunikasi.

Referensi

Alhidayah, I. (2008). To what does da'ee call. Diakses dari http://ibnatalhidayah.blogspot.com/2008/08/to-what-does-daee-call.html

Al-Ṣabûnî, M.A. (1981). *Ṣafwat al-Tafâsîr*, Vol. II. (Cet. IV). Beirût: Dâr al-Qur'ân al-Karîm

Al-Zamakhsharî, M.I.U (n.d). *al-Kashshâf an Ḥaqâiq al-Tanzîl wa Uyûn al-Aqâwîl fi Wujûh al-Tanzîl*, Juz II. Cairo: Maktabah Miṣr.

Al-Zuhaylî, W. (2002). *al-Mawsû'a al-Qur'âniyya al-Muyassara*. Beirût: Dâr al-Fikr.

Arbi, A. (2012). *Psikologi komunikasi dan tabligh* (Cet. I). Jakarta: Amzah.

Arifin, A. (2011). *Dakwah kontemporer: Sebuah kajian komunikasi* (Cet. I). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Aziz, M.A. (2009). *Ilmu Dakwah* (Cet. II). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Baidan, N. (2005). *Wawasan baru Ilmu Tafsir* (Cet. I). Jakarta: Pustaka Pelajar.

Basit, A. (2013). *Filsafat dakwah* (Cet. I). Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Enjang A.S., & Aliyuddin. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Dakwah: Pendekatan filosofis dan praktis* (Cet. I). Bandung: Widya.

Forms of da'wa. (2009). Diakses dari http://peacepropagation.com/forms-of-dawah/

Hefni, H. (2015). *Komunikasi Islam* (Cet. I). Jakarta: Kencana.

Integritas hadis dalam konteks dakwah Islam. (2010). Diakses dari http://maksis-sakhabi.blogspot.com/2010/11/integritas-hadits-dalam-konteks-dakwah.html

Jafar, I. (2009) *Konsep ibadah dan dakwah dalam Al-Qur'an (Menguak peran ibadah sebagai materi dan media dakwah* (Cet. I). Yogyakarta: Cakrawala Publishing.

Jafar, I .(2010). *Tafsir ayat aakwah: Pesan, metode dan prinsip dakwah inklusif* (Cet. I). Jakarta: Mishbah Publishing.

Jafar, I .(2017). Konsep berita dalam al-Qur'an (Implikasinya dalam sistem pemberitaan di media sosial). *Jurnal Jurnalisa*, 3(1), 1-15.

Manşûr, I. (2003). *Lisân al-'Arab* (Juz IX). Cairo: Dâr al-Ḥadîth.

McCarthy, A. (2011). Rauf's da'wa from World Trade Center rubble. Diakses dari http://www.nationalreview.com/articles/243536/rauf's dawa-world-trade-center-rubble-andrew-c.mcCarthy

Muhiddin, A. (2002). *Dakwah dalam perspektif Al-Qur'an: Studi kritis atas visi, misi dan wawasan* (Cet. I). Bandung: CV. Pustaka Setia.

Mujahid. (2007). Furqân. Dalam Nasaruddin, U. Dkk. (ed.). *Ensiklopedia Al-Qur'an: Kajian Kosakata* (Cet. I). Jakarta: Lentera Hati.

Nassimi, D.M. (2008). A thematic comparative review of some english translations of the Qur'an," *Ph.D Thesis.* Department of Theology and Religion, School of Historical Studies, The University of Birmingham.

Nurakhirat. (2016). Materi Dakwah. Diakses dari http://nurkhairat.blogspot.co.id/2013/03/materi-dakwah.html

Nurrohman, S. (2010). Menggagas Ilmu Tafsir Qur'an transformatif: Peluang dan tantangan bagi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati, Bandung. Dalam Chozin Nasuha, *Mengerti Quran: Pencarian hingga masa senja 70 Tahun*. Pusat Penjaminan Mutu dan Program Pasca Sarjana, Bandung, hlm. 197-2008

'Omar, A.M. (2010). *Dictionary of the Holy Qur'an*. Hockessin: NOOR Foundation International, Inc.

Poston, L.A. (2016). Islamic Da'wah in North America. Dakses dari http://debate.org.uk/topics/books/poston-dawa.html

Quṭb, S.1. (992). Fî *ẓilâl al-Qur'ân*, Vol. IV (Cet. XVII). Cairo: Dâr al-Shurûq,

Ridhâ, M.R. (1975). *Tafsîr al-Manâr*, Juz III. Cairo: al-Hay'ah al-Miṣriyyah al-'Āmma li al-Kitâb.

Suyanto, R. (Produser). (29 Mei 2009). Rahasia Sunnah. Jakarta: Trans 7.

Syamsuddin, S. (2009). *Hermeneutika dan pengembangan 'Ulûmul Qur'ân,* (Cet. I). Yogyakarta: Pesantren Nwawea Press.

Wehr, H. (1974). *A Dictionary of modern written Arabic*. Beirut: Librairie Du Liban.

Komunikasi Dialektis Masyarakat Beda Agama di Bojonegoro

Nanang Fahrudin[1] - kakisepasang@gmail.com
Sri Hastjarjo[2] - sri.hastjarjo@staff.uns.ac.id
Agung Satyawan[3] - agungsatyawan@staff.uns.ac.id

Abstract: This study discusses the manner in which villagers of "Kampung Kristen" Leran Village, Bojonegoro decide how to interact within religious heterogeneous society in order to construct social harmony. Using ethnographic of communication approach, the findings have revealed that within social communication of Leran villagers, they always face dynamic interplay between integration and separation, stability and change, expression and nonexpression. Hence, they decide to have a cautious attitude towards verbalizing ideas and emotions in words, particularly related to religious issues. In general, they prefer and are more concerned with preserving social harmony than arguing their religious beliefs.

Abstrak: Studi ini menganalisis harmonisasi sosial masyarakat beda agama di 'Kampung Kristen' Desa Leran, Bojonegoro dari perspektif ilmu komunikasi dan sosial. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan etnografi komunikasi, penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi antar warga Desa Leran selalu tarik menarik antara integrasi dan separasi, stabilitas dan perubahan, terbuka dan memproteksi diri. Dari ketegangan dua sisi itu, akhirnya mereka mempunyai sikap hati-hati dalam berkomunikasi, khususnya yang terkait dengan tema agama. Mereka lebih memilih untuk menjaga harmonsasi kampung dari pada memperdebatkan keyakinan agama mereka yang berbeda.
Kata Kunci: kerukunan perbedaan agama, komunikasi sosial, teori dialektika relasional

[1] Universitas Sebelas Maret, Surakarta
[2] Universitas Sebelas Maret, Surakarta
[3] Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Pendahuluan

Minggu pagi 13 Mei 2018. Tiga gereja di Surabaya menjadi sasaran bom bunuh diri. Bom pertama meledak di Gereja Katolik Santa Maria Tak Bercela di Jalan Ngagel, lalu tak berselang lama, bom kembali meledak di Gereja Kristen Indonesia (GKI) Jalan Diponegoro. Bom kembali meledak dalam waktu lama di tempat berbeda Gereja Pantekosta di Jalan Arjuno. Korban warga meninggal sebanyak 13 orang. Polisi mengungkap bahwa pelaku pengeboman adalah satu keluarga muslim yang terdiri dari bapak, ibu, dan empat anaknya (CNN, 14 Mei 2018).

Meski pengeboman ini berkaitan dengan kelompok-kelompok radikal, tetapi tak bisa dilepaskan dari permasalahan beda agama. Indonesia punya sejarah panjang konflik antar agama. Salah satunya terjadi di Poso, Sulawesi Tengah dalam kurun waktu tahun 1998-2008. Konflik antara agama Kristen dan Islam menjadikan Poso daerah yang sangat mengerikan. Disertasi Dave McRae mengupas mendalam konflik Poso dari perspektif korban dan pelakunya (McRae, 2016).

Banyaknya kasus kekerasan yang dilatarbelakangi perbedaan agama membuktikan bahwa perbedaan agama masih menjadi masalah serius. Padahal sejak menyatakan diri merdeka, negara ini sudah ikrar dengan Bhineka Tunggal Ika yakni berbeda-beda tetap satu tujuan.

Secara *de facto*, Indonesia adalah negara dengan masyarakat multikultur. Data di Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2010 menunjukkan bahwa di negara ini terdapat 2.500 jenis bahasa daerah yang digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Juga ada 1.340 sukubangsa yang hidup di Indonesia. Tak hanya keragaman bahasa dan suku, Indonesia juga memiliki keragaman agama.

Di masa Orde Baru, Indonesia hanya mengakui 5 agama yakni Islam, Kristen Protestan, Katolik, Hindu, dan Budha. Akan tetapi pada era reformasi, agama Kong Hu Cu masuk sesuai Keputusan Presiden (Keppres) No. 6 tahun 2000 yang mencabut larangan atas agama, kepercayaan dan adat istiadat Tionghoa. Keppres No.6/2000 dikeluarkan oleh Presiden Abdurrahman Wahid dan diperkuat dengan Surat Keputusan (SK) Menteri Agama RI Nomor MA/12/2006 yang menya-

takan bahwa pemerintah mengakui keberadaan agama Kong Hu Cu di Negara Indonesia.

Oleh karena itu, fakta keberagaman di Indonesia tidak bisa diabaikan dalam kehidupan bernegara. Keberagaman di satu sisi menjadi kekayaan bagi Indonesia, namun di sisi lain menjadi ancaman dengan adanya konflik. Lebih dari satu dasawarsa terakhir, konflik dan kekerasan bernuansa agama banyak terjadi di Indonesia, mulai dari kerusuhan bernuansa agama dalam kurun waktu 1995-1997. Juga ada konflik antarkelompok agama di Sulawesi Tengah dan Maluku pada 1998-2001, serta mobilisasi laskar berbasis agama dan pengeboman oleh para kelompok teroris atas nama "jihad".

Studi Ihsan Ali Fauzi, dkk. yang dilakukan pada tahun 2009 - diterbitkan Yayasan Wakaf Paramadina (YWP) bekerjasama dengan Magister Perdamaian dan Resolusi Konflik Universitas Gadjah Mada (MPRK-UGM), dan The Asia Foundation (TAF)- menunjukkan fakta adanya konflik tersebut. Dalam rentang waktu tahun 1990 hingga 2008 terdapat 832 insiden konflik keagamaan. Konflik itu terbagi menjadi dua bentuk yakni konflik fisik dan non fisik (Fauzi, 2009, hlm. 14).

Konflik itu tak semuanya termanifestasi dalam bentuk fisik, melainkan juga non fisik. Studi Ihsan Ali Fauzi menunjukkan 34% atau 285 konflik bernuansa agama termanifestasi dalam bentuk kekerasan. Sedang 66% atau 547 konflik dalam bentuk aksi damai. Artinya konflik antar agama dengan kekerasan masih cukup besar, yakni mencapai 34%. Sedang lainnya termanifestasikan dengan aksi damai.

Oleh karena itu penelitian-penelitian tentang masyarakat beda agama dalam berbagai perspektif sangat dibutuhkan. Terutama penelitian tentang dialog atau pola-pola komunikasi dalam masyarakat beda agama. Karena ternyata tidak semua masyarakat beda agama selalu diwarnai dengan konflik fisik ataupun non fisik. Perbedaan keyakinan bisa dimaknai sebagai sesuatu yang sewajarnya ada di dalam keberagaman masyarakat Indonesia. Jika dikelola dengan baik, maka mereka bisa hidup berdampingan dengan damai.

Interaksi individu dalam masyarakat tak mungkin selalu selaras dan sekata, melainkan sering terjadi perbedaan. Komunikasi yang dila-

kukan sehari-hari banyak diwarnai perbedaan-perbedaan. Apalagi jika perbedaan itu menyangkut keyakinan agama, sehingga sangat besar memunculkan potensi konflik terbuka maupun konflik tertutup.

Perbedaan agama yang memunculkan konflik tidak selalu bersifat terbuka. Perbedaan agama yang dikelola dengan baik dapatn mewujudkan harmonisasi sosial. Salah satunya terjadi di kampung Kwangenrejo, Dusun Sidokumpul, Desa Leran, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro. Kampung itu lebih dikenal sebagai Kampung Kristen lantaran warga pemeluk agama Kristen sudah lebih dulu menghuni kampung sejak tahun 1920 an. Sedang warga pemeluk agama Islam baru datang tahun 1980 an. Selama ini di Kampung Kristen tersebut tidak ada konflik fisik antar pemeluk agama. Mereka hidup damai berdampingan. Sekalipun ketegangan sering muncul dalam percakapan sehari-hari, namun mereka mampu mengelolanya dengan baik, sehingga tidak sampai meluas menjadi konflik terbuka antar pemeluk agama.

Kampung Kristen berada di pinggiran hutan Jati di Kabupaten Bojonegoro yang dihuni oleh 188 jiwa atau 68 Kepala Keluarga (KK). Di kampung itu terdapat dua agama yang diyakini oleh warga. Yakni Islam dan Protestan. Ada tiga tempat ibadah yang lokasinya berdekatan, yakni dua gereja (GPIB dan GKJTU) dan satu *musholla* (*langgar*).

Penelitian ini berawal dari fakta harmonisasi sosial yang ada di masyarakat Kampung Kristen. Penelitian hendak mengetahui bagaimana komunikasi dialogis dan dialektis yang dilakukan warga Kampung Kristen sehingga mampu menjaga hamonisasi sosial. Hasil penelitian ini sangat penting untuk bisa membantu memberi pijakan pemerintah saat hendak mengeluarkan kebijakan yang berhubungan dengan masyarakat beda agama. Penelitian ini juga penting bagi masyarakat yang seringkali dihadapkan pada perbedaan keyakinan agama dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian komunikasi masyarakat beda agama memang sudah banyak dilakukan oleh peneliti lain. Namun, banyak dari penelitian itu yang fokus pada toleransi antar agama dengan perspektif salah satu agama, regulasi pemerintah, ataupun fokus pada penanganan konflik antar umat beda agama. Sehingga belum ada yang fokus pada upaya menjaga harmonisasi sosial denngan perspektif komunikasi. Penelitian *Religious*

Diversity and Religious Tolerance, Lessons from Nigeria dalam Journal of Conflict Resolution Volume 60, Issue 4, June 2016. Peneliti Robert A. Dowd dari Department of Political Science, University of Notre Dame, Amerika Serikat mencoba memahami dampak perbedaan agama pada perilaku toleransi beragama di Nigeria. Penelitian ini menunjukkan kondisi sosial politik suatu negara mempengaruhi toleransi beragama. Jika agama terus dipromosikan sesuai identitasnya masing-masing punya kecenderungan menghalangi terwujudnya toleransi.

Selain itu juga ada penelitian *Religious Tolerance in Islam: Theories, Practices and Malaysia's Experiences as a Multi Racial Society*. Penelitian Ammar Fadzil ini dipublikasikan di Journal of Islam in Asia Vol 8: Special Issue No 3 September tahun 2011. Penelitian ini melihat bagaimana masyarakat muslim Malaysia memaknai ajaran toleransi yang terdapat dalam al-Quran dan praktek toleransi yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw., karena tingkat pemaknaan orang akan ajaran toleransi akan berdampak pada perilaku menjaga kebersamaan dan menjaga toleransi.

Dua penelitian di atas menunjukkan bagaimana masyarakat beda agama mampu menjaga kerukunan. Dua penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan di Kampung Kristen ini. Penelitian ini menggunakan landasan teori Dialektika Relasional (*Relational Dialectics Theory*) yang dikembangkan oleh Laslei Baxter. Teori ini secara sederhana menyatakan bahwa komunikasi antar manusia tidak pernah stagnan (Griffin, 2012, hlm. 160). Dalam proses interaksi selalu ada dinamika yang sangat kompleks yang terus berubah. Baxter mengandaikan bahwa hubungan antar individu didorong oleh hal-hal yang berbeda dari tiap individu yang kemudian saling berdialektika. Hidup bersama dalam masyarakat tidak selalu linier, melainkan dipenuhi oleh kontradiksi-kontradiksi yang saling berhubungan terus menerus (Littlejohn, 2011).

Pemikiran Baxter dipengauhi oleh teori dialogisme yang dikembangkan oleh Mikhail Bakhtin. Dialogisme menggunakan istilah *self* dan *other*. *Other* (orang lain) dibutuhkan agar *self* (diri) mampu menjadi dirinya sendiri secara utuh. *Self* terbentuk jika ada orang lain yang ikut menunjukkan atau membantu mengungkapkan keutuhan diri.

Keberadaan setiap individu hanya menjadi *co-being* sebab *being* baru muncul melalui relasi antara dan *other* yang kemudian melakukan proses penciptaan *self* bersama (Mansur, 2017).

Baxter mengemukakan tiga dialektik yang mempengaruhi hubungan antar individu (Griffin, 2012, hlm. 156-160), yakni : (1) Menyatu dan terpisah (*intergration and separation*) mengacu pada keinginan seseorang untuk terpisah dari orang lain, namun juga ingin akrab dengan lain (*others*). (2) Stabilitas dan perubahan (*stability and change*) menjaga kenyamanan tapi juga ingin ada perubahan. (3). Keterbukaan dan proteksi (*expression and nonexpression*) yakni dualisme sikap antara bersikap protektif dan ekspresif.

Teori dialektika relasional memiliki dua tipe, yakni dialektika internal (*internal dialectic*) dan dialektika eksternal (*external dialectic*). Dialektika internal merujuk pada komunikasi dalam satu komunitas. Sedangkan dialektika eksternal merujuk komunikasi antar individu dalam komunitas serta ketegangan dengan kelompok atau pihak lain.

Em. Griffin (2012, hlm. 156) menggambarkan dua tipe ini dalam sebuah gambar1.

	Internal Dialectic (within the relationship)	**External Relationship** (between couple and community)
Integration – Separation	Connection – Autonomy	Inclucion - Seclution
Stability – Change	Certainty – Uncertainty	Conventionality – Uniqueness
Expression – Nonexpression	Openess – Closedness	Revelation – Concealment

Gambar 1 "Tipologi dialektika internal dan eksternal"

Guna mempertajam penelitian ini, peneliti juga menggunakan teori Fungsionalisme Struktural yang dikembangkan oleh Talcott Parsons. Teori ini digunakan untuk melihat bagaimana sistem sosial (*social system*) terbentuk.

Talcott Parsons (1902-1979) adalah seorang sosiolog Amerika. Brian S. Turner (Parsons, 2005, hlm. xvi) dalam pengantar buku Parsons berjudul *The Social System* untuk edisi tahun 2005 menyebut Parsons sebenarnya mempunyai kekaguman awal pada dunia medis. Ia kemudian mempelajari biologi dan filsafat. Namun kemudian berubah

arah ke sosiologi. Oleh karena itulah aspek-aspek dalam dunia medis tetap berpengaruh pada teori sosialnya.

Parsons melihat masyarakat dibangun dari subsistem-subsistem yang saling menjaga integrasi sosial. Tindakan manusia di dalam *social system* bersifat voluntaristik atau mementingkan kepentingan umum di atas kepentingan pribadi dengan mengindahkan nilai, ide dan norma yang disepakati bersama. Prinsip-prinsip teori ini adalah bahwa tindakan individu itu diarahkan pada tujuan bersama (masyarakat). Masyarakat dibangun dari kesepakatan-kesepakatan bersama dari anggota masyarakat itu sendiri. Ia tidak bisa dimengerti hanya dari ciri-ciri personal individu warga setempat, melainkan harus dilihat secara menyeluruh pada pola sosial dalam masyarakat.

Harmonisasi sosial menurut Parsons (Ritzer, 2012) terbangun dari empat hal yang biasa dikenal dengan istilah AGIL. (1) Adaptasi (*adaptation*) yakni upaya menyesuaikan dengan lingkungan. (2) Pencapaian tujuan (*goal attainment*) yakni usaha mencapai tujuan bersama. (3) Integrasi (*integration*), mengatur hubungan bagian yang menjadi komponennya. (4) Latensi (*latency*) atau pemeliharaan pola hubungan antar individu.

Kehidupan harmonis warga beda agama yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kondisi sosial yang ditandai dengan adanya keselarasan, kecocokan dan ketidakselarasan (harmoni). Kerukunan bisa dimaknai sebagai kesepakatan-kesepakatan dalam perbedaanyangada dalam masyarakat beda agama (Lubis, 2005, hlm. 7-8). Perbedaan itu dijadikan titik tolak untuk membina kehidupan sosial yang saling pengertian. Kerukunan merupakan kondisi dan proses tercipta dan terpeliharannya pola-pola interaksi yang beragam diantara unit-unit (unsur/sub sistem) yang otonom. Kerukunan mencerminkan hubungan timbal balik yang ditandai oleh sikap saling menerima, saling mempercayai, saling menghormati dan menghargai, serta sikap saling memaknai kebersamaan.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode ini dianggap mampu menerangkan gejala atau fenomena lebih lengkap dan menyeluruh. Menurut John W Creswell (2007, hlm. 24), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dicapai dengan menggunakan prosedur statistik. Penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain.

Pendekatan metode dalam penelitian ini adalah etnografi komunikasi. Metode ini diterapkan untuk melihat pola-pola komunikasi kelompok sosial. Zakiah (2005, hlm. 186) menyebut ada empat asumsi etnografi komunikasi. (1) Anggota masyarakat menciptakan makna. (2) Masyarakat mengordinasikan tindakannya. (3) Makna dan tindakan bersifat spesifik dalam sebuah komunitas. (4) Setiap komunitas memiliki kekhususan dalam hal cara memahami kode-kode makna dan tindakan.

Istilah Etnografi komunikasi (*ethnography of communication*) sendiri pertama kali dimunculkan oleh Dell Hymes tahun 1964 di papernya berjudul *Introduction: Toward Ethnographies of Communication*. Hymes adalah seorang antropolog dan sekaligus pakar linguistik Amerika. Etnografi komunikasi yang dikembangkannya berawal dari etnografi wicara atau etnografi tutur (*ethnography of speaking*).

Dilihat dari tipe, etnografi sebenarnya ada dua yakni (1) etnografi realis, yakni mendekati obyek penelitian secara obyektif. Dan (2) etnografi kritis, yakni seorang etnografer memberi perspektif guna membebaskan masyarakat yang termarginalkan (Creswell, 2007). Sedang di penelitian ini, peneliti menggunakan tipe etnografi realis agar bisa melihat komunikasi masyarkat secara obyektif.

Langkah pertama, peneliti melakukan observasi lapangan, mengamati secara langsung keseharian masyarakat Kampung Kristen. Observasi dilakukan untuk mengetahui

kondisi atau fakta alami, tingkah laku warga. Peneliti juga melakukan wawancara kepada 15 warga secara mendalam. Wawancara menggunakan teknik wawancara tak berstruktur agar warga punya kebebasan untuk menguraikan jawabannya dan ungkapan-ungkapan pandangannya.

Pemilihan informan yang diwawancarai didasarkan pada kebutuhan peneliti untuk mengetahui secara mendalam tentang masyarakat Kampung Kristen. Informan dipilih berdasarkan kapasitasnya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Dalam James P. Sprandley (1997, hlm. 65 – 77) disebutkan lima syarat minimal untuk memilih informan yang baik. Yakni (1) *enkulturasi penuh* yang merujuk pada kemampuan informan memahami budayanya, (2) *keterlibatan langsung* dalam masyarakat, (3) *suasana budaya tidak dikenal* atau seorang peneliti tidak merasa telah mengenal budaya informan dengan baik agar pertanyaan-pertanyaan bisa lebih berkualitas, (4) *cukup waktu* yakni merujuk pada waktu yang longgar, dan (5) *non analitik* karena jika informan lebih banyak menampaikan hal analitik maka informasi yang disampaikan akan kabur.

Dengan panduan di atas, maka peneliti menentukan informan dari beberapa kalangan, diantaranya pemimpin gereja GKJTU (Pak Yono), pemimpin gereja GPIB (Hartono), pemimpin atau kiai musholla (Pak Fauzan), ketua RT 37 (Pak Heru), kepala desa (Muttabi'in), dan beberapa warga kampung lainnya. Peneliti melakukan wawancara beberapa kali pada mereka untuk mendapatkan informasi yang mendalam.

Hasil dan Pembahasan

Kampung Kristen bukan berarti warga yang tinggal di kampung itu 100% beragama Kristen. Nama itu merujuk pada sejarah kampung yang didirikan oleh orang-orang Kristen pada tahun 1930 an, jauh sebelum Indonesia merdeka tahun 1945. Tahun 1980 warga beragama Islam baru datang dengan mendirikan musholla. Sebelum musholla didirikan, di kampung itu sudah ada dua gereja, yakni Gereja Protestas Indo-

nesia Baru (GPIB) dan Gereja Kristen Jawa Tengah Utara (GKJTU). Kini jumlah warga pemeluk agama Kristen dan Islam hampir sama. Pemeluk Kristen 90 orang, sedang warga muslim mencapai 80 orang.

Kampung Kristen secara administratif tercatat sebagai RT 37 Dusun Sidokumpul, Desa Leran, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro. Desa Leran berpenduduk 6.178 jiwa yang dipimpin Kepala Desa bernama Muttabi'in, Amd. Kep. Sebagian besar masyarakat Leran menyelesaikan pendidikan tingkat SMP dan menggantungkan mata pencaharian sebagai petani. Penduduk Desa Leran 99,5% beragama Islam dan 0,5% beragama Kristen. Warga yang beragama Kristen berada di satu titik yakni di RT 35 Dusun Sidokumpul atau yang biasa dikenal dengan Kampung Kwangenrejo atau Kampung Kristen.

Hampir semua warga di Kampung Kristen adalah petani dan buruh tani. Rumah-rumah masih berdinding kayu jati, tetapi 3 tempat ibadah (1 musholla dan 2 gereja) berdinding batu bata. Lokasi antara tiga tempat ibadah tersebut saling berdekatan. Musholla berada di sebelah barat yang kemudian dipisahkan empat rumah arah Timur berdiri gereja GPBIB. Sedang GKJTU dipisahkan empat rumah arah Utara GPIB.

Meski akses menuju ke kampung pinggiran hutan jati ini kurang bagus, tetapi jalan kampung berupa paving block cukup bagus. Rumah warga berada di sisi kanan dan kiri jalan dan saling berhadapan. Warga Kwangenrejo sangat menjaga kerukunan. Pandangan mereka tentang agama lebih banyak dipengaruhi oleh fakta bahwa meski berbeda keyakinan, faktanya mereka hidup dalam satu tempat yang sama. Oleh karena itu, sistem sosial (*social system*) yang ada terus dipertahankan.

Warga mendapat kebebasan untuk beribadah sesuai keyakinanya masing-masing. Pada hari Minggu, warga beragama Kristen menuju ke gereja untuk melakukan ritual ibadah. Sedang warga muslim menunaikan ibadah sholat lima waktu di musholla. Khusus untuk sholat Jumat, warga Kwangenrejo memanfaatkan masjid di Dusun Sidokumpul yang berjarak kira-kira 500 meter.

Pada perayaan hari besar agama, warga bersama-sama ikut merayakan. Seperti saat hari raya Idul Adha, tidak hanya warga muslim saja yang mendapatkan daging qurban, warga Kristen juga mendapatkan

daging kambing atau sapi qurban. Demikian pula ketika umat Kristen merayakan Natal, kegiatan *selametan* atau perayaan juga mengundang warga muslim untuk datang ke halaman gereja. Mereka makan-makan bersama sebagai wujud rasa saling menghormati atas perbedaan agama yang mereka anut.

Pada pola interaksi antar warga beda agama di Kwangenrejo sangat terlihat dalam upaya menjaga harmonisasi sosial. Mewujudkan kebersamaan dalam satu kampung menjadi tujuan bersama yang melibatkan semua warga, yang posisinya lebih tinggi dibandingkan dengan tujuan pribadi. Hal ini sejalan dengan konsep AGIL yang dikembangkan oleh Talcott Parsons dalam teori Fungsionalisme Struktural.

Dalam konsep AGIL yakni *adaptation*, *goal attainment*, *integration*, dan *latency* disebutkan sebuah masyarakat terdiri dari subsistem yang saling berkaitan antara satu dengan yang lain untuk menjaga harmonisasi sosial. Di Kampung Kristen, warganya selalu berusaha untuk menjaga keseimbangan dan cenderung menghindari konflik. Meskipun perbedaan agama yang ada di kampung tersebut sering menimbulkan konflik, namun dengan cepat diselesaikan agar harmonisasi sosial tetap terjaga.

Hasil penelitian di Kampung Kristen ini menunjukkan bahwa masyarakat sangat menghormati keyakinan warga lain yang beda agama. Dalam kegiatan-kegiatan sosial atau dialog sehari-hari, warga memilih untuk tidak menyinggung masalah keyakinan agama yang bisa memicu konflik. Apalagi menjelek-jelekkan keyakinan agama lain hal itu menjadi pantangan bagi masyarakat kampung. Karena mereka sadar bahwa keyakinan agama adalah urusan masing-masing warga. Sebagaimana diungkapkan oleh Rasmin salah satu warga muslim.

> *"Ibu mertua saya Kristen. Kami tinggal satu rumah. Ya tidak apa-apa. Awal-awal saja saya mengajak untuk ikut saya di Islam. Tapi ia tidak mau. Ya nggak apa-apa. Kan saya sudah mengingatkan. Dan sekarang saya tidak pernah menyinggung soal agama"* (Rasmin, wawancara 23 Maret 2018).

Rasmin adalah warga muslim yang sudah menetap di Kampung Kristen tahun 1980. Istrinya Sunarmi awalnya memeluk agama Kris-

ten, lalu masuk Islam setelah menikah dengannya. Orangtua Sunarmi hingga kini tinggal serumah dengan Rasmin dan istri dan jarang terjadi konflik di keluarga mereka. Hidup tenang berdampingan dengan warga beda agama, bagi Rasmin lebih damai dibandingkan harus berdebat tentang perbedaan agama. Apalagi keyakinan agama akan dipertanggungjawabkan sendiri kepada Tuhan.

Dalam perkembangan Islam di Kampung Kristen, Rasmin adalah salah satu orang yang ikut mendirikan musholla. Namun, ia tidak pernah memaksa orang lain untuk ikut memeluk agama Islam, termasuk kepada ibu mertuanya.

Hal senada diungkapkan oleh Pak Parsono, warga Kristen jemaat GPIB. Kepada peneliti. Parsono menuturkan bahwa keyakinan agama bukan menjadi persoalan lagi bagi warga Kampung Kristen. Karena terpenting adalah kebersamaan dan saling membantu jika ada tetangga yang sedang kesusahan. Ia mencontohkan jika ada warga meninggal, maka ia tidak dilihat sebagai Muslim atau Kristen tapi warga sama-sama membantu proses pemakaman.

> *"Istilahe saling ngajeni* (*menghormati,* pen). *Sangkul sinangkul* (*saling membantu*, pen). *Kalau ada kesusahan, ya sama-sama ditanggung."* (Pak No, wawancara 28 Maret 2018).

Pandangan hampir sama peneliti peroleh dari semua narasumber yang diwawancarai, bahwa perbedaan keyakinan bukan menjadi penghalang untuk harmonisasi sosial. Warga terbiasa bersantai membahas banyak hal dalam percakapan-percakapan sesama warga. Percakapan itu biasa dilakukan di teras rumah, di pos kampling, atau di sawah. Tetapi ada pola yang sama yang mereka lakukan. Yakni mereka tidak menyinggung masalah agama, terutama soal perbedaan konsep Tuhan yang mereka yakini. Karena Tuhan menurut keyakinan agama Kristen tentu saja berbeda dengan konsep Tuhan bagi warga muslim. Demikian juga soal ibadah yang berbeda tata caranya.

Sebagaimana diungkapkan oleh Kiai Fauzan, imam di Musholla Nurus Salam, satu-satunya musholla di Kampung Kristen.

> *"Dulu pernah ada Kiai di sini, pengajiannya keras. Nyangking (Membawa, pen) masalah agama Kristen yang dianggap warisan penjajah. Tapi*

> *ya nggak ada yang protes. Tapi setelah itu sudah tidak diundang lagi. Pernah juga acara mantenan, mungkin sekitar tahun 1993. Ya dianggap Kristen itu peninggalan Belanda. Tapi sekarang sudah tidak ada yang begitu-begitu"* (Fauzan, wawancara 24 Maret 2018).

Komunikasi warga yang menahan diri untuk tidak memperdebatkan keyakinan yang berbeda menunjukkan bukti bahwa warga berada di dalam dualisme sikap antara keinginan berekspresi dan keinginan menyembunyikan informasi. Dari perspektif teori Strukturalisme Fungsional bisa dilihat bahwa masyarakat Kampung Kristen lebih menjaga harmonisasi dan menjauhi konflik.

Masyarakat Kampung Kristen dalam kehidupan sehari-hari selalu berusaha menyesuaikan diri dengan lingkungan. Mereka mencoba beradaptasi perbedaan agama sebagai sesuatu yang sudah semestinya mereka hadapi. Karena *de facto* mereka tinggal di kampung tersebut. Warga juga meyakini bahwa mereka harus ikut menjaga harmonisasi sosial masyarakat kampung, sehingga mereka akan berusaha untuk bertindak sesuai norma-norma yang berlaku di masyarakat. Warga yang mencoba untuk tidak bertindak sesuai kesepakatan akan dikucilkan. Mereka menyadari telah menjadi bagian dari sistem yang sudah berjalan dengan baik, sehingga warga berusaha untuk memelihara secara bersama-sama harmonisasi sosial tersebut.

> *"Kalau ada tetangganya yang sakit, tidak pernah dilihat dia agamanya apa. Ya langsung saja ditolong. Kalau ada yang mencoba membeda-bedakan, ya kami biarkan saja. Tapi lama kelamaan ia akan sadar sendiri"* (Heru, ketua RT 39, wawancara 23 Maret 2018).

Sistem sosial yang demikian itu menumbuhkan saling menghormati kegiatan agama yang dilakukan masing-masing penganut agama. Masyarakat Kampung Kristen punya kegiatan bersama yang berdasarkan persamaan keyakinan agama.Warga Kristen GPIB dan GKJTU punya kegiatan *kempalan keluarga* (kumpulan keluarga) yang digelar tiap Rabu malam. Selain berdoa bersama, kegiatan itu dimanfaatkan warga Kristen untuk menimba ilmu agama sekaligus mempererat tali silaturrahim. Di kegiatan itu mereka punya kebebasan untuk berbicara

tentang agamanya. Karena di setiap kegiatan ada seorang pastur yang memimpin doa. Acara digelar di rumah warga secara bergiliran.

Sementara warga muslim mempunyai kegiatan bersama yakni tahlilan yang digelar tiap Kamis malam. Sama dengan acara *kempalan keluarga*, tahlilan juga digelar bergilir di rumah warga. Dalam acara itu, selain memanjatkan doa, warga muslim juga memperoleh ilmu agama serta informas-informasi seputar agama. Di acara tahlilan warga muslim bisa bebas berdialog tentang keyakinan agama.

Perbedaan waktu pelaksanaan juga bukan tanpa sebab. Awalnya kegiatan tahlilan dan *kempalan keluarga* sama-sama digelar pada Kamis malam seusai maghrib. Tapi, acara tersebut membutuhkan persiapan-persiapan, karena biasanya ada jamuan makan. Padahal jamuan makan itu harus dipersiapkan oleh keluarga besar warga yang ditempati acara. Dan ternyata ada beberapa keluarga yang salah satu anggota keluarga beda keyakinan agama.

Semisal acara tahlilan digelar di salah satu rumah warga, maka pemilik rumah tersebut tidak selalu semuanya beragama Islam, melainkan ada yang beragama Kristen. Padahal dalam waktu bersamaan, anggota keluarga yang beragama Kristen harus hadir di acara *kempalan keluarga* yang digelar umat Kristen. Oleh karena itu akhirnya disepakati hari *kempalan keluarga* digelar Rabu malam sedang tahlilan digelar Jumat malam.

Dalam acara *kempalan keluarga* atau tahlilan, warga akan bebas membahas soal keyakinan masing-masing. Karena dalam acara tersebut, warga Kristen akan mendapat banyak ilmu agama dari pastur yang didatangkan. Demikian juga pada waktu kegiatan tahlilan, warga muslim akan mendapat ilmu agama dari Kiai.

Kesadaran akan waktu dan tempat untuk berbicara tentang agama sudah diterapkan warga Kampung Kristen sejak lama. Saat mereka berada dalam satu acara bersama (warga Kristen dan Islam), maka masing-masing warga menjaga agar tidak menyinggung tentang perbedaan keyakinan. Pola ini diterapkan warga dalam kehidupan sehari-hari sehingga harmonisasi bisa terwujud. Warga Kampung Kristen menyadari bahwa perbedaan keyakinan bisa memicu konflik sebagaimana yang terjadi di berbagai daerah di luar Kampung Kristen. Se-

hingga, mereka memilih untuk tidak menjadikan perbedaan keyakinan agama sebagai bahan pembicaraan di ruang publik.

Seperti Pak Rasmin dan Kiai Fauzan yang berpandangan bahwa sebagai muslim mereka dipisahkan oleh keyakinan yang berbeda. Tetapi di sisi lain mereka berharap bisa menyatu dengan masyarakat Kristen yang menjadi tetangga satu kampung. Dalam komunikasi sehari-hari, mereka berusaha untuk membedakan siapa lawan bicaranya. Jika lawan bicara adalah tetangga yang beda keyakinan, maka mereka tidak akan menyinggung masalah agama. Ini konsep dialektis yang dikembangkan oleh Leslei Baxter yakni tentang keterbukaan dan proteksi (*expression and nonexpression*). Ketegangan komunikasi akan berujung konflik terbuka jika mereka tidak mampu untuk mengatasinya.

Dialektika ala Baxter juga tampak terjadi di perkumpulan anak-anak muda di Kwangenrejo atau Kampung Kristen. Anak-anak muda itu sering membuat acara seperti Agustusan atau malam tahun baru. Para anak muda membuat acara bersama tanpa membedakan perbedaan agama. Generasi muda Kampung Kristen juga membentuk grup media sosial. Di dalam pembicaraan di media sosial juga sudah ada "kesepakatan" bersama bahwa dilarang untuk mempersoalkan keyakinan agama.

Hartono Ketua Majlis Pelayanan Kesaksian Pos Kwangenrejo mengungkapkan bahwa di Kampung Kristen tidak ada program khusus untuk menjaga kerukunan. Hartono sekaligus admin grup media sosial tersebut.

> *"Di antara kami sudah saling tahu bahwa tidak ada manfaatnya mempersoalkan keyakinan agama. kerukunan di sini sudah jadi kebiasaan. Jadi tidak perlu ada provokasi atau bagaimana. Kerukunan sudah menjadi kebiasaan di sini. Di sini sudah biasa satu rumah ada yang muslim ada yang kristen. Kami bikin acara di keluarga yang berbeda begittu ya nggak ada masalah.. bahkan yang mempersiapkan ya anggota keluarga muslim ikut juga."* (Hartono, wawancara 26 Maret 2018).

Dalam setiap komunikasi antar warga diwarnai perbedaan-perbedaan yang diakibatkan oleh adanya perbedaan keyakinan. Ketegangan itu bisa muncul ke ruang publik atau hanya menjadi pembicaraan satu-

dua orang warga. Ketegangan yang bersifat terbuka beberapa kali terjadi, diantaranya menyangkut persoalan makam.

Di kampung tersebut punya makam yang lahannya milik GKJTU seluas 1 hektare. Lahan itu sebenarnya milik Perhutani tapi GKJTU mempunyai hak guna lahan. Selama ini warga Kampung Kristen yang meninggal, Kristen ataupun Islam, dimakamkan di makam umum tersebut. Tetapi sejak tahun 2016 sebagian warga muslim menginginkan area makam dipisah untuk warga Islam sendiri dan warga Kristen punya sendiri.

Keinginan yang berbeda antara dua kelompok masyarakat beda agama ini ditindaklanjuti dengan dialog yang melibatkan pemerintahan desa. Dialog dilakukan beberapa kali hingga akhirnya menghasilkan kesepakatan jalan tengah. Yakni meski satu lokasi, makam Kristen berada di sisi timur dan makam warga Islam berada di sisi barat.

Hal itu dibenarkan oleh Kepala Desa (Kades) Leran, Muttabi'in dan Kiai Fauzan kepada peneliti. Menurut pak Kades dialog dilakukan untuk mencari titik temu. Jalan dialog dipilih untuk menjaga harmonisasi sosial Kampung Kristen. Dialog dilakukan beberapa kali dengan melibatkan perwakilan dari dua gereja (Kristen) dan pihak musholla (muslim). Hal itu sebagaimana diungkap kepala desa:

> *"Sekarang sudah tak bagi menjadi dua. Polo (kepala) kubur (makam) ya tak bagi jadi dua. Ada polo kubur Muslim dan polo kubur Kristen. Tetap satu lokasi. Dan memang sangat luas dan dibagi dua. Timur makamnya muslim, barat makamnya non muslim."* (Kepala Desa, wawancara 13 Maret 2018).

Persoalan makam pun tak lagi ada perbedaan pandangan. Warga pemeluk agama Kristen dan warga pemeluk Islam sudah ada satu kesepakatan yakni tetap satu tempat, tanpa ada plang nama untuk membedakan makam Kristen dan makam Islam. Dialog yang melibatkan pemerintah desa itu diperoleh kesepakatan:

1. Kepala makam (polo kubur) Islam 1 : Bapak Yatmin.
2. Kepala makam (polo kubur) Islam 2 : Bapak Kasirin.
3. Kepala makam (polo kubur) GPIB : Bapak Anis.
4. Kepala makam (polo kubur) GKJTU : Bapak Sariyono.

Selain mampu menyelesaikan konflik tentang makam, jalan dialog juga dilakukan untuk menghadapi masalah makanan halal-haram bagi umat muslim. Warga Kampung Kristen (Muslim maupun Kristen) mempunyai kebiasaan menyembelih kambing pada saat ada anggota keluarga yang meninggal. Tradisi itu awalnya menjadi persoalan lantaran jika ada warga Kristen yang menyembelih kambing, maka warga muslim jarang yang mau memakannya lantaran dianggap haram (tidak disembelih dengan nama Allah).

Maka dialog dilakukan warga meski tidak secara formal. Dan kini tiap ada acara menyembelih kambing dan hewan ternak lain bisa dipastikan Kiai Fauzan yang akan menyembelihnya. Meski kambing yang disembelih adalah milik warga Kristen. Hal itu dimaksudkan agar warga Muslim tidak ragu lagi jika hendak memakan daging meski berada di rumah warga Kristen.

Pola-pola komunikasi yang diterapkan masyarakat Kampung Kristen cukup menarik. Mereka selalu menjaga harmonisasi sosial dengan cara komunikasi dialektis yang dilakukan setiap hari. Ketegangan-ketegangan sering muncul ke permukaan namun mampu diselesaikan dengan cara dialog. Sistem sosial (*social system*) telah terbangun dan menjadi bagian warga, tercermin pada sikap dan perilaku sehari-hari.

Hasil penelitian ini menunjukkan komunikasi dialektik sebagaimana digambarkan oleh Leslei Baxter menjadi salah satu prasyarat terwujudnya harmonisasi sosial. Kesadaran warga beda agama untuk meniti jalur dialektik dan dialogis bisa membawa warga pada sikap saling menghormati perbedaan agama. Hal itu sebagaimana ditunjukkan oleh warga beda agama di Kampung Kristen.

Simpulan

Masyarakat beda agama di Kampung Kwangenrejo atau biasa dikenal sebagai Kampung Kristen hidup rukun. Warga pemeluk agama Kristen dan Islam mampu menjaga harmonsasi sosial selama puluhan tahun. Meski tampak rukun, namun sebenarnya ada ketegangan-ketegangan komunikasi yang terjadi antar dua kelompok pemeluk agama. Tapi ketegangan itu mampu mereka kelola dengan baik dan menghasilkan jalan tengah yang tetap bertujuan untuk harmonsasi sosial.

Teori Dialektika Relasional yang dikembangkan Leslei Baxter memberi sumbangan besar untuk melihat pola komunikasi masyarakat Kampung Kristen. Komunikasi di warga Kampung Kristen selalu berada pada titit tarik menarik antara menyatu dan terpisah (*intergration and separation*), menjaga stabilitas atau perubahan (*stability and change*), dan selalu terbuka atau upaya memproteksi diri (*expression and nonexpression*). Dari ketegangan itu, mereka mempunyai sikap hati-hati dalam berkomunikasi saat berhubungan dengan tema agama. Mereka lebih memilih untuk menjaga harmonsasi kampung daripada memperdebatkan keyakinan agama mereka yang berbeda.

Referensi

Ali, M. (2017). *Komunikasi antar budaya dalam tradisi agama Jawa*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

Carey, J.W. (2000). *Communication as culture*. London: Routledge.

Creswell, J.W. (2007). *Qualitative inquiry & research design*. California: Sage Publications.

Dowd, R.A. (2016). Religious diversity and religious tolerance, lessons from Nigeria. *Journal of Conflict Resolution*, *60* (4), 617-644.

Fauzi, I.A., (dkk) (2009*). Pola-pola konflik keagamaan di indonesia* (1990-2008). Laporan

Laporan Penelitian. Yayasan Wakaf Paramadina (YWP) Magister Perdamaian dan Resolusi Konflik, Universitas Gadjah Mada (MPRK-UGM), The Asia Foundation (TAF)

Fadzil, A. (2011). Religious tolerance in Islam: Theories, practices and Malaysia's experiences as a multi racial society. *Journal of Islam in Asia*, *8* (3), 346-360.

Ariffin, E. (2012). *A firts look at communication theory*. New York: McGraw-Hill

Heath, R. L. (2000). *Human communication theory and research*. New York: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Johnson, D. P. (1986). *Teori sosiologi klasik dan modern*. Jakarta: Gramedia.

Littlejohn, S.W. (2011). *Theories of human communication*. Illionis: Vaveland Press.

Manshur, F.M. (2017). Teori dialogisme bakhtin dan konsep-konsep metodologisnya. *Sasdaya Gadjah Mada Journal of Humanities*, *1*(2), 235-249.

McRae, D. (2016*). Poso: Sejarah komprehensif kekerasan antar agama terpanjang di Indonesia pasca reformasi* (Haripin, Penterjemah). Serpong, Tangerang Selatan: Marjin Kiri.

Parsons, T. (2005). *The social system*. London: Routledge.

Rekapitulasi fakta rentetan bom Surabaya dan Sidoarjo. (2018, Mei). *CNN Indonesia.com*. Diakses dari https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180514084714-20-297934/rekapitulasi-fakta-rentetan-bom-surabaya-dan-sidoarjo

Ritzer, G. (2012). *Teori sosiologi dari teori sosiologi klasik sampai perkembangan mutakhir, teori sosial postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Troike, M.S. (2003). The *ethnography of communication*. Hoboken New Jersey: Blackwell Publishing.

Zakiah, K.D. (2008). Penelitian etnografi komunikasi: tipe dan metode. *Mediator*, *9*(1), 181-188.

Sertifikasi atau Standarisasi Khatib? Respons Para Da'i di Kota Mataram

Fahrurrozi[1]
fahrurrozi@uinmataram.ac.id

Abstract: This study discusses the response of *da'i* in the city of Mataram related to the discourse on certification of Friday prayer preachers which was commissioned by the government in 2017. This study used qualitative methods. In-depth interview towards da'i and Jumat prayer preachers was utilized to collect the data to answer the focus of the research. The findings of this study revealed that currently the *khatib* certification is not necessary. This is because there is no strong evidence that has shown the radicalization occurs in Mataram resulted from Friday sermon. However, the respondents emphasized the importance of standardization of all aspects of religion, especially on aspects of the mosque management and religious institutional management under the guidance of the Indonesian Ministry of Religion and Islamic community organizations.

Abstrak: Studi ini membahas respons para juru dakwah (da'i) di Kota Mataram terkait dengan wacana sertifikasi para khatib salat Jumat yang diwacanakan oleh pemerintah pada tahun 2017. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Untuk menjawab fokus penelitian, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan para juru dakwah dan khatib. Temuan kajian ini menegaskan bahwa saat ini sertifikasi khatib belum perlu diterapkan. Pasalnya, tidak ada bukti kuat yang menunjukkan adanya radikalisasi di tengah masyarakat Mataram akibat dari khotbah Jumat. Namun demikian, para responden menekankan pentingnya upaya standarisasi dalam segala aspek keagamaan, terutama pada aspek manajemen masjid dan managemen kelembagaan keagamaan di bawah pembinaan Kementerian Agama RI dan organisasi kemasyarakatan Islam.
Kata Kunci: Sertifikasi, standarisasi, kompetensi khatib, radikalisme agama

[1] Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Mataram

Pendahuluan

Pro-Kontra terhadap muncul ide sertifikasi atau standarisasi khatib yang dilontarkan Menteri Agama, Lukman Hakim Saifudin menjadi wacana yang perlu disikapi secara akademis, yakni dengan mengedepankan logika berpikir terstruktur dan empiris. Munculnya ide ini dilatarbelakangi beberapa khotbah yang tak memberikan kesejukan, terutama saat-saat menjelang 'hajatan politik' (Abdusssalam, 2017).

Jika sertifikasi yang dimaksud adalah semacam pemberian sertifikat kepada para da'i yang memenuhi kualifikasi sesuai standar pemerintah atau organisasi masyarakat sebagai tanda bahwa yang bersangkutan memiliki kelayakan untuk khotbah tampaknya sulit untuk dilaksanakan. Hal ini bukan saja karena menyangkut teknis sertifikasi melainkan juga karena adanya resistensi dari masyarakat. Karena sertifikasi model ini dipahami bahwa pemerintah mempunyai tendensi politik, khususnya sebagai kontrol atau pembatas yang dilakukan pemerintah terhadap khatib. Namun jika sertifikasi dalam makna kompetensi khatib bukan pembatasan, apalagi sertifikasi sebagai izin khotbah tidak menjadi soal, sehingga seorang khatib yang ingin mendapatkan sertifikat harus mengikuti pelatihan terlebih dahulu (Bahri, 2017).

Demikian juga latar belakang perlunya sertifikasi dalam arti *capacity building* ini jangan sekadar lantaran adanya kegaduhan yang diakibatkan khatib akhir-akhir ini. Kegaduhan saat ini sifatnya kontemporer saja karena berkaitan dengan momentum Pilkada. Tetapi harus didasarkan pada masalah yang sangat prinsip di dunia khatib yaitu kualitas materi khotbah yang disampaikan yang seringkali hanya berputar-putar pada tema-tema ibadah yang sudah disampaikan berulang-ulang. Tujuannya tidak lebih kepada perbaikan mutu khatib dan materi khotbah. Solusi ini untuk jangka panjang dalam rangka meningkatkan kualitas umat. Idealnya seorang khatib memiliki pengetahuan keagamaan yang memadai dan wawasan kebangsaan.

Munculnya fenomena hoax akhir-akhir ini, berkembangnya radikalisme, dan intoleransi bisa dirunut dalam sejarah Islam, terutama peristiwa *al-fitnatul kubro* dengan terbunuhnya Khalifah Usman Bin Affan dan disusul oleh Khalifah Ali bin Abi Thalib. Yang membunuh

beliau berdua adalah seorang muslim, *hafidz al-Qur'an*. Sejak saat itu umat Islam mengalami friksi yang sangat komplek.

Persoalan keumatan ditarik secara politis, perbedaan paham keagamaan yang bersifat teologis, syariat dan tasawuf sekalipun langsung maupun tidak ditarik ke ranah politik. Menurut Lukman Hakim Saifuddin, sampai sekarang kita merasakan dampak dari *al-finatul Kubro*. Fenomena sekarang dapat dikatakan akbat berita hoax. Usman Bin Affah dituduh melakukan praktek KKN dan nyatanya tidak jelas kasusnya. Lukman Hakim menegaskan toleransi adalah kemauan dan kemampuan orang untuk menghormati dan menghargai pemahaman dari pihak lain. Namun sayangnya sering disalahpahami jika kita menghormati dan menghargai perbedaan orang lain dipahami seakan-akan kita mengamini pendapatnya.

Zainut Tauhid Sa'adi, merespon sertifikasi khatib dengan berargumen minimal memenuhi tiga syarat. *Pertama*, program sertifikasi Khatib dimaksudkan untuk meningkatkan kapasitas, kapabilitas, dan kompetensi Khatib, baik dari aspek materi maupun metodologi. Menurutnya, disadari atau tidak kondisi masyarakat kita tengah berubah seiring terjadinya perkembangan teknologi dan informasi. Hal ini mendorong semua orang harus beradaptasi jika ingin tetap eksis, tidak terkecuali seorang khatib dan juga dai yang memang setiap saat aktifitasnya bergulat dengan masyarakat. Jadi keharusan untuk meningkatkan kapasitas, kapabilitas dan kompetensi dalam bidang penguasaan materi dan metodologi dakwah mutlak diperlukan oleh seorang Khatib dan juga Dai agar benar-benar dapat menyampaikan pesan-pesan agama secara baik sehingga sesuai dengan kaidah *Alîmun bi zamâ nihî wa 'alîmun bi mujtamâ'ihî*. Artinya ia harus paham kondisi faktual masyarakat. Atau dengan bahasa lain tepat kontek dan zaman serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Kedua, program tersebut bersifat *voluntary* (sukarela) bukan *mandatory* (kewajiban). Program sertifikasi Khatib, katanya, harus bersifat sukarela, bukan keharusan yang memiliki konsekuensi hukum. Karena, imbuhnya, melaksanakan tugas dakwah itu hakekatnya menjadi hak dan kewajiban setiap orang yang memang menjadi perintah agama. Kalau sertifikasi Khatib diwajibkan akan sangat sulit dilaksanakan. Juga

dikhawatirkan muncul kesan ada intevensi atau pembatasan oleh pemerintah. Justru hal seperti ini bisa kontra produktif.

Ketiga, program sertifikasi idealnya diselenggarakan Ormas Islam atau masyarakat, bukan pemerintah. Dalam konteks ini pemerintah hanya bertindak sebagai fasilitator, sehingga mendorong partisipasi masyarakat dan bertanggung jawab menyiapkan kader-kader dakwah yang mumpuni baik dari aspek materi maupun metodologi (Bahri, 2017).

Sertifikat dapat dilakukan oleh Ormas-Ormas dengan kontribusi Majelis Ulama Indonesia (MUI). MUI membuat pedoman umum dan diterjemahkan oleh masing-masing. MUI sendiri dapat melalukan sertifikasi masyarakat dibebaskan memilih sertifikasi melalui lembaga yang dianggap kredibel. Para khatib yang telah mengikuti pelatihan dan dinyatakan lulus serta mendapatkan sertifikat, disebut da'i bersertifikat. Pengurus masjid diedukasi agar lebih memilih da'i-da'i bersertifikat (Zubaidi, 2017).

Persoalan yang mungkin muncul dari program sertifikasi para khatib adalah jumlah masjid di Indonesia sangat banyak, tentu membutuhkan khatib yang banyak setiap Jumatnya. Jumlah khatib harus mengimbangi dengan jumlah masjid. Kalau jumlah masjid banyak, terus jumlah khatib yang lolos sertifikasi itu sedikit dari jumlah masjid yang ada, tentu ini menimbulkan masalah. Bisa-bisa terjadi kelangkaan khatib dan pelaksanaan salat Jumat bisa urung dilaksanakan karena tidak ada khatib bersertifikasi yang bisa menyampaikan khotbah di satu masjid. Belum lagi jika ternyata khatib yang telah memiliki sertifikasi, namun karena sakit, tidak bisa mengikuti salat Jumat. Tentu ini juga akan menjadi persoalan karena akan susah mencari khatib pengganti. Ini juga harus menjadi pemikiran, kalau ada yang bisa jadi khatib, tetapi tidak memiliki sertifikat, maka pasti dia tidak akan berani menyampaikan khutbah (Muslim, 2007; Sasongko, 2017).

Kalaupun sertifikasi khatib mesti ada, maka pemerintah dapat menunjuk Majelis Ulama Indonesia untuk melaksanakan wacana tersebut. Penetapan sertifikasi khatib jangan sampai dilaksanakan pemerintah. Sebab, akan menjadi preseden buruk, yakni hadirnya pemerintah totaliter dalam menjalankan kekuasaannya. Akibatnya, demokrasi tak akan berkembang. Tugas pemerintah adalah memfasilitasi pening-

katan kualitas penceramah. Misalnya, melalui penataran dengan materi-materi yang menambahkan wawasan kebangsaan. Namun pada akhirnya para khatib mesti dikembalikan kepada masyarakat agar terus berkembang, bukan berubah menjadi semacam juru bicara pemerintah.Kritik lewat khutbah bukan berarti melakukan penggulingan (makar) dan anti-pemerintah. Tetapi, kritik juga tidak boleh menjelek-jelekkan. Di sinilah peran penting masjid sebagai pusat pencerdasan masyarakat Muslim. Masjid bukan hanya tempat beribadah, melainkan juga pemberdayaan umat Islam (Yulianto, 2014).

Studi ini fokus pada bagaimana respons para khatib di Kota Mataram? Apa alasan utama para khatib masjid menolak atau menerima wacana sertifikasi khatib tersebut? Apa alternatif program yang ditawarkan oleh para khatib?

Kajian Pustaka

Memahami Khatib dalam Perspektif Negara

Khatib adalah juru penerang penyampai pesan bagi masyarakat mengenai prinsip-prinsip dan etika nilai keberagamaan yang baik. Hasil akhir yang ingin dicapai dari khatib, pada hakekatnya ialah terwujudnya kehidupan masyarakat yang memiliki pemahaman mengenai agamanya secara memadai yang ditunjukan melalui pengamalannya yang penuh komitmen dan konsistensi seraya disertai wawasan multikultural untuk mewujudkan tatanan kehidupan yang harmonis dan saling menghargai satu sama lain.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maka tantangan tugas para khatib semakin berat, karena dalam kenyataan kehidupan di tataran masyarakat mengalami perubahan pola hidup yang menonjol.

Dalam situasi demikian, dalam menuju keberhasilan kegiatan khutbah tersebut, maka perlu sekali keberadaan khatib yang terampil untuk memiliki kemampuan, kecakapan yang memadai sehingga mampu memutuskan menen-

tukan sebuah proses kegiatan berhasil guna, berdaya guna dalam upaya pencapaian tujuan yang diinginkan.

Kementerian Agama sebagai aparatur pemerintah memiliki posisi dan tugas menjadi fasilitator dalam membangun iklim keagamaan yang kondusif bagi perkembangan masyarakat yang dinamis, progresif, toleran dan damai di atas dasar nilai keagamaan dan kekayaan budaya yang berkeadaban (Saleh & Hartono, 2003, hlm. 12).

Untuk menjabarkan tugas itu, maka Keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 1 Tahun 2001 telah menggariskan fungsi Kementerian Agama meliputi empat masalah pokok, yaitu: Pertama, memperlancar pelaksanaan pembangunan di bidang keagamaan. Kedua, membina dan mengkoordinasikan pelaksanaan tugas serta administrasi Kementerian. Ketiga, melaksanakan penelitian dan pengembangan terapan pendidikan dan pelatihan tertentu dalam rangka mendukung kebijakan di bidang keagamaan. Keempat, melaksanakan pengawasan fungsional (hlm. 12).

Profesionalisme Khatib

Rasulullah Saw., pernah bersabda bahwa "suatu pekerjaan yang diserahkan pada seseorang bukan profesinya, maka tunggulah suatu kehancuran" (H.R. Bukhari).

Profesionalisme berasal dari kata "profess" yang menunjukkan pada suatu pekerjaan atau jabatan yang menuntut keahlian, tanggung jawab dan kesetiaan terhadap profesi. Suatu profesi secara teoretik tidak bisa dilakukan oleh sembarang orang yang tidak dilatih atau dipersiapkan untuk itu (Supriadi, 2000, hlm.9).

Freidson menjelaskan bahwa profesionalisme adalah sebagai komitmen untuk ide-ide professional dan karir. Profesionalisme tidak dapat dilakukan atas dasar perasaan, kemauan, pendapat, atau semacamnya, tetapi benar-benar dilandasi oleh pengetahuan semacam akademik Sagala, 2006, hlm. 195-199). Profesionalisme berarti suatu pandangan bahwa suatu keahlian tertentu diperlukan dalam pekerjaan tertentu yang mana keahlian itu hanya diperoleh melalui pendidikan khusus atau latihan khusus.

Volmers dan Milles, Mc Cully, dan Diana W. Kommers sama-sama mengartikan bahwa pada dasarnya profesi adalah sebagai suatu spesialisasi dari jabatan intelektual yang diperoleh melalui studi dan training, bertujuan menciptakan keterampilan, pekerjaan yang bernilai tinggi, sehingga keterampilan dan pekerjaan itu diminati, disenangi oleh orang lain, dan dia dapat melakukan pekerjaan itu dengan mendapat imbalan berupa bayaran, upah, dan gaji (Yamin, 2013, hlm. 19).

Sedangkan kata profesionalisme diderivasi dari kata profesional. Menurut Komarudin, kata profesional berasal dari Bahasa Latin, yaitu "*profesi",* yang berarti pekerjaan, keahlian, jabatan. Sedangkan kamus besar Bahasa Indonesia mengatakan bahwa professional adalah orang yang melakukan olahraga dengan menerima bayaran; lawan dari amatir. Artinya, professional adalah kata benda lawan dari amatir, sebagai aplikasi pada seseorang yang menerima pembayaran dari kegiatan yang dilakukan dalam tugasnya. Adapun menurut Jarvis menjelaskan profesional dapat diartikan bahwa seseorang yang melakukan suatu tugas profesi juga sebagai seorang ahli apabila dia secara spesifik memperolehnya dari belajar. Langford, Glenn mengatakan bahwa seorang profesional walaupun melakukan pekerjaan atau tidak selalu bertindak sebagai pelaku untuk kepentingan profesinya dari pada sebagai agen untuk yang lain. Jabatan profesi juga sebagai seorang ahli melaksanakan tugas atau dasar kaidah keilmuan secara objektif, bukan atas dasar pesanan pihak-pihak tertentu yang berkepentingan.

Terdapat persyaratan yang harus dipenuhi dalam tugas profesional sebagaimana dikemukakan Houton, yakni 1). Menguasai seperangkat ilmu pengetahuan yang sistematis dan kekhususan (spesialisasi), 2). Harus dapat membuktikan *skill* yang diperlukan masyarakat di mana kebanyakan orang tidak memiliki *skill* tersebut, yaitu *skill* sebagian merupakan pembawaan dan sebagian merupakan hasil belajar, 3). Memenuhi syarat-syarat penilaian terhadap penampilan dalam pelaksanaan tugas dilihat dari segi waktu dan cara kerja, 4). Harus mempunyai kemampuan sendiri untuk tetap berada dalam profesinya selama hidupnya, dan tidak menjadikan profesinya sebagai batu loncatan ke profesi yang lainnya, 5). Harus dapat mengembangkan teknik-teknik ilmiah dari hasil pengalaman yang teruji (arifin, 2009, hlm. 158).

Dalam konteks khatib, dari berbagai pengertian profesionalisme di atas, maka profesi yang disandang oleh seorang khatib adalah suatu pekerjaan yang membutuhkan pengetahuan, keterampilan, kemampuan, keahlian, untuk menciptakan masyarakat yang memiliki perilaku sesuai dengan yang diharapkan (hlm. 19-21). Dengan demikian, profesionalisme khatib tidak lain adalah merupakan seperangkat alat atau bekal yang sangat dibutuhkan bagi seorang khatib yang akan menunjang kesuksesan atau keberhasilannya dalam menjalankan tugasnya sebagai salah satu juru dakwah.

Dalam pedoman dakwah yang disusun oleh Majelis Ulama Indonesia, secara spesifik pelaku dakwah, termasuk khatib Jumat, mensyaratkan adanya dua hal: 1). Integritas dan kualitas da'i, 2). Kompetensi da'i (Amin, 2017).

No	Kualifikasi	Komponen
1	Integritas dan kualitas da'i	a. Kualitas qalbu, yakni menyangkut kematangan psikologis dan spiritual b. Kualitas lisan. Kompetensi dalam penggunaan lidah dan pengendaliannya dalam bertutur kata yang baik, benar, halus, lembut, tepat, efektif dan efesien. c. Kualitas keilmuan. Da'i atau *muballigh* harus memiliki kompetensi keilmuan, baik normatif dan praktis aplikatif, seperti penguasan dalil dari al-Qur'an dan hadis, serta bacaan (*tilawatan*), pemahaman (*fahman*), praktek keseharian (*tathbiqan*). d. kualitas fisik, yakni kondisi jasmani yang sehat, prima, energik dan penuh vitalitas. e. kualitas ekonomi. Da'I disyaratkan memiliki kualitas ekonomi yang mumpuni, dan berdikari karena kelemahan aspek ekonomi akan menjadi kendala di bawah. f. kualitas sosial, yakni kompetensi komunikasi yang baik secara vertikal, horizontal, dan diagonal sesama manusia (Amin, 2017, hlm. 8-10).

No	Kualifikasi	Komponen
2	Kompetensi da'i	1. Kompetensi *tabligh*: a. kemampuan mengkondisikan objek dakwah b. menguasi sistematika penyampaian, intonasi dan aksentuasi c. memahami kebutuhan objek dakwah d. percaya diri dan peka terhadap situasi dan kondisi dan e. kemampuan menampilkan karakter dan nilai jiwa. 2. Kompetensi *irsyad* a. Kemampuan menjaga dan memelihara kadar intelekrtual, emosional dan spiritualitas. b. kemampuan menguasai komunikasi dua arah dan memahami serta menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh objek dakwah, dan c. kemampuan membedakan karakter objek dakwah. 3. Kompetensi *mudabbir* a. berjiwa besar dan amanah b. berkepribadian santun dan rendah hati. c. berwawasan luas dan berdedikasi tinggi. d. berjiwa pemimpin (leadhership) dan berorientasi penyelesaian masalah. 4. Kompetensi *muthawwir* a. kemampuan berinteraksi dan bergaul di tengah masyarakat. b. kemampuan membaca kebutuhan masyarakat dan membuat konsep penyelesaiannya, dan c. kemampuan mempertahankan karakter positif dan kredibilitas di tengah masyarakat. 5. Kompetensi *murabbi* a. kemampuan merawat, mengasah,

No	Kualifikasi	Komponen
		mengasuh, mengayomi kebutuhan spiritual dan keilmuan pribadi objek dakwah. b. kemampuan menjadi pengasuh dan suri tauladan bagi masyarakat. c. kemampuan mengevaluasi dan memonitor perkembangan dakwah. d. kemampuan kaderisasi pelanjut estafet dakwah di kalangan keluarga dan masyarakat.

Tabel 1 'Kualifikasi profesi da'i versi Majelis Ulama Indonesia'

Etika Khatib dalam Berkhotbah

Khotbah harus diutarakan dalam bentuk percakapan, bukan dalam bentuk bacaan. Oleh sebab itu harus diperhatikan tata tertib dalam menyampaikan khutbah (Zaidallah, 2002, hlm. 177-179), diantaranya:

1) Pakaian. Khatib seharusnya berpakaian yang pantas dan sopan, sesuai dengan kebiasaan suatu daerah tempat ia berkhutbah.
2) Raut muka. Setelah dirangsang melalui pakaian, jamaah mengarahkan perhatian kepada raut muka atau wajah khatib pada waktu naik mimbar.
3) Kewibawaan. Kewibawaan harus dijaga sebaik mungkin agar jamaah terfokus perhatiannya terhadap materi yang disampaikan.
4) Menguasai bahan. Materi yang akan disampaikan oleh khatib dan juga harus sesuai dengan rukun khutbah.
5) Suara. Dalam menyampaikan khutbah, khatib harus menjaga suaranya agar kedengaran lembut dan menyenangkan. Jangan terlalu keras dan juga jangan terlalu lembut sehingga tidak kedengaran oleh jamaah.
6) Potongan-potongan kalimat, Yang dimaksud dalam masalah ini adalah khatib harus hati-hati memperhatikan potongan-potongan kalimat di atas ia harus berhenti sebagai koma, di mana pula titik, tanda tanya dan sebagainya. Khatib harus mengingat bahwa kesalahan dalam menempatkan koma dan titik akan

mengakibatkan kalimat kedengaran janggal sekali. Atau mungkin sampai membuat jamaah tertawa.

7) Pertanyaan. Sesuatu yang perlu diperhatikan seorang khatib bahwa dalam berkhutbah tidak boleh mengajukan pertanyaan kepada jamaah, misalnya apakah saudara sudah mengerti?, sebab pertanyaan itu tidak pada tempatnya diajukan di saat berkhutbah.

8) Berlaku adil. Khatib harus memperhatikan jamaah dengan adil. Untuk itu ia harus mengarahkan perhatiannya ke sana ke mari silih berganti dan jangan sampai memandang ke satu pihak saja. Khatib harus sadar, bahwa seluruh jamaah mengarahkan pandangan kepadanya. Dan akan merasa kecewa kalau di antara mereka ada yang hanya dapat melihat telinganya saja.

9) Suasana kesatuan. Khatib sangat dikehendaki agar menciptakan suasana kesatuan antara dia dengan para jamaah dan antara jamaah sesama mereka melalui khutbahnya. Khatib tidak boleh membuka front dan jamaah di front lain. Misalnya khatib merasa tidak pernah berdosa sedangkan para jamaah penuh dengan dosa. Khatib perlu ingat bahwa tugasnya mengajak bukan mengejek, merangkul bukan memukul, mencari kawan bukan mencari lawan, mempertemukan yang telah pecah dan menghubungkan apa yang telah putus demi terciptanya rasa kesatuan dan persatuan.

Hasil dan Pembahasan

Demografi Religiusitas Masyarakat Kota Mataram

Berdasarkan validasi data URAIS Kementerian Agama Kota Mataram pada tahun 2009, perkembangan pemeluk agama dan sarana keagamaan meningkat signifikan, bahkan jauh dari jangkauan khatib dan imam atau penyuluh agama Islam yang sangat terbatas sumber daya manusianya. Terdapat 293599 jiwa penduduk Kota Mataram yang beragama Islam, 244 masjid yang tersebar di masing-masing kecamatan dan 350 *mushalla* dan 1 *langgar (*BPS, 2010, hlm. 157)

NO	KECAMATAN	MASJID	MUSHALLA
1	Ampenan	55	62
2	Sekarbela	39	32
3	Mataram	41	64
4	Selaparang	53	80
5	Cakranegara	22	40
6	Sandubaya	34	72
	TOTAL	244	350

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Mataram

Tabel 2 ' Jumlah masjid dan mushalla di Kota Mataram tahun 2010'

Sedangkan jumlah khatib dan Imam yang terdata pada tahun 2010 (hlm.158) sebagai berikut:

NO	KECAMATAN	KHATIB	IMAM	PENYULUH AGAMA
1	Ampenan	145	170	32
2	Sekarbela	74	107	0
3	Mataram	250	137	32
4	Selaparang	122	150	0
5	Cakranegara	74	82	20
6	Sandubaya	98	95	0
	TOTAL	763	741	84

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Mataram

Tabel 3 ' Jumlah khatib, imam, dan penyuluh agama di Mataram tahun 2010'

Menurut Penjelasan Kepala Kantor Kementerian Agama Kota Mataram, bahwa kondisi masyarakat Kota Mataram dapat dilihat dari beberapa aspek: *Pertama,* situasi dan kondisi riil masyarakat di Kota Mataram sangat heterogen dilihat tingkat pendidikan dan ekonomi yang dapat tergolong masyarakat menengah ke atas. Meski ada terdapat konsentrasi masyarakat yang kurang mampu. Kondisi ini yang sama juga dapat dilihat di pesisir Pantai Ampenan dan sekitarnya. Masyarakat Kota Mataram kebanyakan dihuni oleh pendatang dari berbagai daerah. khususnya para pegawai negeri sipil yang ditugaskan di Kota Mataram (Burhanul Islam, wawancara 10 Agustus 2017). *Kedua,* kondisi Masyarakat yang sangat majemuk dan konfleks, Khatib harus

cermat dalam menyampaikan isi pesan khutbahnya kepada masyarakat. *Ketiga,* pembinaan pada masyarakat yang heterogen ini mestilah dilakukan dengan asas kepentingan dan manfaat (Burhanul Islam, wawancara 10 Agustus 2017).

Respons Para Khatib terhadap Wacana Sertifikasi

Ada beberapa tanggapan yang beragam dari para khatib yang ada di Kota Mataram terkait wacana sertifikasi khatib. Para khatib yang memberikan komentar terdiri dari berbagai macam profesi dan keahlian, sehingga argumen dan tanggapannya terkait sertifikasi dapat dijadikan acuan untuk menemukan ide dan usulan yang konstruktif demi menemukan model atau bahkan standar yang ideal bagi para Khatib salat Jumat di Kota Mataram.

Seorang khatib, Mantan Kandepag Lombok Timur, Alidah Nur, M berpendapat bahwa khatib itu merupakan kepercayaan masyarakat, diangkat dan diberhentikan oleh masyarakat, sekaligus masjid tempat mereka menjadi khatib juga didirikan oleh masyarakat. Tentu khatib yang masyarakat pilih tidak sembarang khatib, minimal para khatib kampung itu memiliki keilmuan yang sesuai dengan mainstream masyarakat, memiliki akhlak yang mulia dan tidak kalah penting adalah dukungan masyarakat (wawancara 12 Januari 2017).

Berangkat dari hal tersebut, maka khatib itu adalah petugas *ibadah mahdhah* yang diberikan kepercayaan oleh masyarakat dan masyarakatlah yang akan memberikan penilaian dan evaluasi secara alamiah dan tidak perlu disertifikasi karena itu akan memberikan dampak yang serius terhadap keberlansungan ibadah, karena di saat khatib yang bersertifikat tidak hadir akan mengganggu keberlansungan ibadah Jumat. Mungkin yang saya setujui adalah mengadakan pembinaan dan pelatihan para khatib secara berkesinambungan dan berkelanjutan di tengah-tengah masyarakat.

Muhammad Thohri, salah seorang akademisi sekaligus khatib di berbagai masjid di Kota Mataram menyatakan bahwa sertifikasi khatib oleh pemerintah sebagai akuisisi yang secara konsekuensi harus dibiayai oleh negara sebagai konsekuensi sebagai profesi yang harus dibayar sesuai dengan profesi yang melekat pada diri khatib, tak ubahnya seperti

sertifikasi guru, dosen, dan sertifikasi profesi lainnya yang diakui dan dibiayai oleh negara. Itu harus terpenuhi secara penuh karena negara melakukan interpensi terhadap khatib yang disertifikasi. Berbeda halnya dengan standarisasi, pertanyaan kemudian bagaimana mengukur standar khatib itu, setiap wilayah dan daerah memiliki standar yang berbeda-beda dan ini juga memberikan dampak bagi siapa yang menentukan standar itu sendiri, apakah negara atau lembaga masyarakat, seperti MUI, DDI, organisasi Islam semisal NU, Muhammadiyah, Persis, NW. dan sejenisnya.

Alasan utama bagi saya tidak setujunya terkait sertifikasi ataukah standarisasi itu adalah, khatib itu merupakan konstruksi sosial bukan konstruksi struktural, maka pengakuannya adalah sosiologis. Khatib lahir dan muncul sekaligus berhenti tergantung pada keberterimaan masyarakat terhadap khatib itu sendiri dan itu berjalan secara kultural bahkan alamiah.

> *"Bagi saya, khatib itu penting diberdayakan, penting untuk dilatih, penting untuk diajar metodologi, retorika dakwah, atau pentitng adanya upaya yang masif untuk kaderisasi dan penguatan kapasitas khatib. Ini semestinya yang dilakukan oleh pemerintah dengan mengadakan mitra kerja strategis dengan Ormas Islam dan stakeholders yang terkait"* (Muhammad Thohri, wawancara 21 Maret 2017).

Muhammad Sa'i, salah seorang khatib yang populer di tengah masyarakat perkotaan, tepatnya di Masjid Nurul Huda Montong Are Mataram memberikan komentar tentang sertifikasi Khatib sebagai sesuatu yang mengada-ada. Ini persoalan basis pengelolaan masjid, aspek apasaja yang akan disertifikasi, isi khutbahnya atau tipologi khatibnya, apiliasi dan kecenderungan khatib terhadap suatu organisasi. Pertanyaan yang muncul dari persoalan sertifikasi ini adalah konsekuensinya yang harus dipenuhi oleh negara terkait profesi yang melekat pada diri khatib. Menurut saya lebih baik diadakan standarisasi khatib secara normatif, dan secara sosiologis. Secara normatif, telah diatur secara hukum fikih ibadah seperti syarat-syarat jadi khatib, sedangkan secara sosiologis, khatib diseleksi dan ditentukan oleh pengurus masjid

melalui mekanisme musyawarah dan mufakat. Dengan adanya standarisasi akan lebih mudah melihat dan mengevaluasi khatib yang bisa diterima oleh masyarakat dan khatib yang kemungkinan tidak diterima oleh masyarakat karena terlalu ekstrim atau fundamentalis sehingga mendobrak hal-hal yang jamak dan berlaku di tengah-tengah masyarakat (Muhammad Sai, Wawancara 20 Maret 2017).

Berbeda dengan pendapat para khatib sebelumnya, Subhan Abdullah Acim, seorang khatib alumni Timur Tengah memberikan respons positif terkait sertifikasi khatib. Menurutnya sertifikasi sebagai upaya pemerintah menseriusi kualitas khatib dan kualitas khutbahnya.

> *"Sebenarnya tidak ada yang salah tentang wacana sertifikasi ini, justru kita harus meresponnya dengan bijak, sekaligus memberikan masukan yang konstruktif terhadaap mekanisme dan tatalaksana sertifikasi jika memang diseriusi oleh pemerintah. Ini sebuah kemajuan sekaligus tantangan bagi kita ummat Islam yang selama ini khatib dan khutbahnya hanya sekedar menggugurkan kewajiban yang terkadang tidak memberikan dampak dan kontribusi yang riil bagi pengembangan masyarakat"* (Subhan Abdullah Acim, wawancara 27 Maret 2017).

Lebih lanjut, dia menegaskan bahwa khatib dengan sertifikasi yang disandangnya akan memberikan dampak positif terhadap konten khotbah yang menyejukkan dan tidak provokatif. Ini akan membutuhkan strategi dan waktu yang tak sedikit dalam upaya menilai dan mensertifikasi khutbahnya khatib. Ini tantangan yang tak sederhana bagi umat Islam setiap kali mau melaksanakan Ibadah shalat Jumat.

Selain itu, Subhan mengatakan bahwa sekiranya penyuluh agama di masing-masing kabupaten dan kota di seluruh Indonesia diberdayakan, menurut hemat saya, tidak perlu ada sertifikasi khatib dan seleksi konten khutbah. Penyuluh agama masing-masing wilayah sesungguhnya memberikan andil dan peran yang signifikan jika dimanfaatkan dengan optimal. Selama ini penyuluh agama hanya menjalankan rutinitas sebagaimana biasanya tampa melakukan trobosan yang progresif dan inovatif. Semestinya pemerintah dalam hal ini kementerian agama lebih menfokuskan diri pada aspek-aspek pemberdayaan lembaga-lembaga yang sudah diakui oleh negara, seperti Ormas-ormas

Islam, lembaga-lembaga yang konsen terhadap perkembangan masjid, dan organisasi-organisasi kemasyarakatan dan kepemudaan lainnya. Jika yang dikhawatirkan adalah munculnya paham-paham radikal atau fundamentalis akibat dari khutbah yang provokatif dan ekstrem, ini tentu perlu dilihat dari segala lini

Sejalan dengan Subhan, Ma'ruf, salah seorang khatib dan pegiat keagamaan di Kota Mataram, menganggap bagus bagi majelis taklim untuk ada standarisasi. Standarisasi ini penting untuk mengukur kompetensi dan kualifikasi bagi majelis taklim dan dari standarisasi menuju sertifikasi. Berangkat dari majelis taklim sebagai lembaga pendidikan non-formal (LPNF) dan penting untuk diketahui bersama bukan standarisasi ulama tapi sumber belajar. Bagi saya, lembaga yang mempunyai kompetensi untuk menstandarisasi adalah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, karena memiliki otoritas akademik yang memang negara memberikan kebijakan bagi Lembaga pendidikan tinggi seperti Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Mataram yang berada di bawah Kementerian Agama RI, yang tak ada bedanya dengan sertifikasi pembimbing haji yang dilakukan oleh Kemenag dengan Fakultas Dakwah dan Komunikasi setiap wilayah. Lebih lanjut Makruf menjelaskan bahwa standarisasi majelis taklim bukan untuk mengontrol pemerintah wajib karena hak pemerintah dan masyarakat harus dilindungi sebagai kewajiban untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, kualitas ummat pendekatan yang terstandarisasi. Manajemen Dewan Masjid Indonesia (DMI) bisa dilibatkan sebagai stakeholder sebagai lembaga verifikasi, yang terpenting adalah sertifikasi-profesi tidak semua sertifikasi berimplikasi pada penghasilan sertifikasi *isbath*-sertifikasi haji dan sejenisnya yang mempunyai sertifikasi notaris-makelar bersumpah mendapatkan legalitas tapi tidak muthlak digaji oleh negara (Ma'ruf, wawancara 24 Maret 2017).

Lain halnya dengan salah seorang khatib di Masjid Lawata yang tidak mau disebutkan namanya. Dia memberikan komentar terkait sertifikasi khatib, dia berpendapat sertifikasi tidaklah penting namun yang paling utama bagi khatib itu sendiri dapat meningkatkan kapasitas keilmuaanya, dapat menyampaikan pokok-pokok ajaran agama yang benar, yang lurus, tidak menyampaikan hal-hal yang khurafat, bid'ah

dan sejenisnya. Itu sudah cukup dianggap sebagai khatib yang bermutu. Menurut saya, pemerintah lebih fokus pada aspek-aspek yang prinsipil saja seperti memerangi *bid'ah* yang berkembang di tengah masyarakat, memerangi penyimpangan-penyimpangan agama, bukan justru sibuk mendekte khatib, memata-matai isi ceramah ustaz, dan sebagainya. Intinya khatib dan khutbah suatu hal yang tidak bisa dipisahkan dengan ibadah, maka upaya memberikan standar yang sepatutnya dan seharusnya disampaikan di tengah-tengah masyarakat menjadi hal yang diutamakan (MA, wawancara 25 Maret 2017).

Abdul Karim, salah seorang khatib di Kota Mataram, memberikan komentar bahwa khatib harus dilihat kompetensi dan *marwah*nya. Tidak semua orang serta merta menjadi khatib di tengah masyarakat. Oleh karenanya, standarisasi menjadi sesuatu yang harus dilaksanakan dalam upaya menjadikan khatib menjadi kompeten dan profesional. Namun demikian, menurutnya standarisasi menjadi keharusan yang dilaksanakan oleh MUI, DDI, DMI dan ormas islam lainnya bahkan tidak perlu disertifikasi jika standarisasi khutbah dan khatib sudah mapan dan dilaksanakan secara masif oleh lembaga yang memiliki otoritas. lebih lanju Hakim menjelaskan tipologi khatib terlihat dari background khatibnya, rata-rata alumni timur tengah khususnya alumni Madinah, Alumni LIPIA kebanyakan khutbahnya keras dan provokatif terhadap realitas budaya masyarakat. Yang mungkin perlu dicermati adalah terkait dengan integritas keilmuan khatib, metode dakwah. Ini menjadi penting karena konflik keagamaan sering muncul karena metode dakwah yang melawan arus masyarakat, dimana suatu yang keluar dari mainstream masyarakat menjadi penyebab, yang lain juga seperti persoalan amalan wiridan ba'da shalat juga penyebab disharmonisasi (Abdul Hakim, wawancara 23 Mei 2017).

Lalu Ahmad Zaenuri, salah seorang khatib di Masjid Hubbul Wathan Islamic Centre memberikan penekanan terkait sertifikasi khatib dalam dua skala utama. *Pertama*, sertifikasi khatib menjadi penting dan tidak ada permasalahan jika khatib diberikan hak-haknya secara profesional dan ini tentu dapat menyejahterakan para khatib dari aspek ekonomi. *Kedua,* lembaga sertifikasi harus independen dan kredibel sehingga khatib dapat menjalankan tugas dan fungsinya sesuai

kriteria yang ditetapkan oleh lembaga sertifikasi. *Ketiga*, Jika pemerintah tidak mampu mengupayakan sertifikasi, paling tidak pemerintah melakukan upaya standarisasi dengan melakukan tindakan *affirmative action* terhadap kesejahteraan khatib melalui pengkaderan khatib dan dai, melalui workshop berkala dan sistematis untuk peningkatan mutu dan kualitas khatib. Dengan demikian, pemerintah secara tidak lansung dapat mengontrol khatib dalam menangkal ide-ide radikalisme dan fundamentalisme yang berlebihan (L A Zaenuri, wawancara 12 Juni 2017).

Lalu Ma'sum Ahmad, khatib sekaligus Ketua Forum Komunikasi Remaja Masjid Indonesia (FKRMI), menjelaskan bahwa khatib itu seleksi alam-natural karena khatib itu diseleksin oleh masyarakat sekaligus dievaluasi oleh masyarakat, khatib itu terkait dengan manajemen masjid, khatib itu pengabdian-bukan sebuah profesi, masjid yang paling utama adalah pengelolaan masjid dan pemberdayaannya dan yang tak kalah pentingnya adalah isu sertifikasi ini muncul karena kasus Ahok dalam Pilkada DKI Jakarta. Isu ini tidak bisa digeneralisir bagi setiap daerah karena kondisi sosial masyarakat berbeda-beda (Lalu Ma'sum Ahmad, wawancara 25 Mei 2017).

Salah seorang khatib, Luthfi Taroddy, mengaku tidak setuju jika khatib disertifikasi. Argumentasinya adalah khatib perlu diberikan pembimbingan dan pelatihan yang massif dan berkelanjutan, bukan sertifikasi. Semestinya pemerintah dalam hal ini Kementerian Agama di bawah Dirjen Bimas Islam terus menerus memberikan pelatihan secara berkala dan sistematis kepada seluruh khatib yang ada di Indonesia ini. Ini tentu sangat memungkinkan untuk dilaksanakan setiap bulan atau triwulan dan ini terkait tentang menajemen dan program Bimas Islam yang harus responsif terhadap dinamika sosial kemasyarakatan. Menurut pantauan saya sebagai khatib dan pegiat keagamaan, jarang sekali para khatib dikumpulkan dalam jumlah yang besar, berkala dan berkesinambungan, jika pun ada masih sebatas program-program simultas dan tidak ada follow up yang baik. Pemerintah seharusnya lebih konsen terhadap pembinaan dan pelatihan para khatib pemula, khatib dewasa, dan seterusnya. Ketimbang tidak jelas anggaran sertifikasi dari mana sumbernya, lebih baik optimalkan ang-

garan Bimas Islam yang tentu lebih produktif untuk memetakan skala prioritas dalam mengeksekusi program kemasyarakatan, khususnya terkait dengan keagamaan Islam (Lalu Ma'sum Ahmad, wawancara 25 Mei 2017).

Lalu Fauzi Haryadi, Khatib dan Imam di Kota Mataram, memberikan argumen seputar sertifikasi khatib sebagai sebuah hal yang lumrah asalkan diimbangi dengan dana operasional khatib yang sesuai dengan sertifikasi mereka, sebab di saat menyandang gelar khatib profesional dan ini tentu menjadi persoalan baru bagi pemerintah, khususnya Kementerian Agama yang akan disibukkan mengurus persoalan-persoalan yang semestinya diselesaikan oleh masyarakat. Intinya, menurut Lalu Fauzi, sertifikasi khatib tidak perlu dilaksanakan oleh pemerintah, lebih baik perjuangkan untuk terus distandarisasi melalui pelatihan khatib dan da'i secara berkala dan berkesinambungan. Ini jauh lebih efektif ketimbang berwacana dalam ranah sertifikasi khatib (Wawancara 12 Juni 2017).

Dalam konsep Islam, setiap muslim adalah khatib (juru dakwah) yang mengemban tugas menyampaikan pesan agama (dakwah) sekaligus menjadi teladan moral di tengah masyarakat. Tugas dakwah yang demikian berat dan luhur itu mencakup pada dua aspek, yaitu amar ma'ruf (mengajak pada kebaikan) dan nahi munkar (mencegah kemunkaran). Dakwah akan lebih efektif dan membuahkan hasil yang maksimal manakala khatib (juru dakwah) bisa mewujudkan satunya kata dengan tindakan.

Landasan dasar betapa pentingnya peran para khatib (juru dakwah) ini dalam setiap khutbahnya diperkokoh oleh ajaran agama sebagai bentuk kewajiban dakwah atau syi'ar kepada jamaah, sebagaimana firman Allah:

> *"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, dan menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. Merekalah orang-orang yang beruntung"* (QS. Ali Imran: 104).

Ketika kewajiban ini dihubungkan dengan kehidupan berbangsa dan bernegara, maka hendaknya kewajiban berdakwah atau misi suci

yang diemban oleh para khatib (juru dakwah) tidak dicurigai, dibatasi gaungnya, apalagi "diganggu" hanya karena suatu kepentingan atau berupa desakan yang sifatnya sepihak. Karena kita ketahui bersama bahwa fungsi khatib adalah guru bagi masyarakat/ jamaah di setiap hari jumat, ucapannya menyejukkan, mencerahkan, memberi solusi dan memiliki ilmu serta kebijaksanaan, sehingga kata dan fatwanya sudah pasti benar yang didasarkan pada dalil Alqur'an, hadis Nabi Saw dan pendapat para ulama. Firman Allah:

> *"Dan serulah mereka itu ke jalan Tuhanmu dengan menggunakan hikmah dan tutur kata yang baik, serta berargumentasilah dengan mereka dengan sesuatu yang lebih baik"(* QS. an-Nahl: 125*).*

Dengan bergulirnya wacana sertifikasi khatib tersebut, berbagai pihak seperti lembaga, dan Ormas Islam memberikan penolakan. Misalnya saja wakil ketua Majlis Ulama Indonesia (MUI) pusat, Zainut Tauhid meyampaikan bahwa program tersebut bagus selama memenuhi tiga syarat, *pertama*, untuk meningkatkan kapasitas, kapabilitas, dan kompetensi khatib, baik dari aspek materi atau metodologi, "*alimun bizamanihi wa 'alimun bi mujtamaihi* (harus paham kondisi faktual masyarakat, sesuai konteks dan zaman serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat). *Kedua*, program tersebut bersifat *voluntary* (suka rela) bukan *mandotary* (kewajiban) artinya, tidak memiliki konsekuensi hukum. Karena tugas dakwah itu hakekatnya menjadi hak dan kewajiban setiap orang yang memang menjadi perintah agama. Kalau sertifikasi khatib diwajibkan, maka akan sulit dilaksanakan. Juga dikhawatirkan ada kesan intervensi atau pembatasan oleh pemerintah. *Ketiga*, program tersebut hendaknya diselenggarakan oleh ormas Islam atau masyarakat, bukan pemerintah. Dalam hal ini pemerintah hanya bertindak sebagai fasilitator, sehingga akan mendorong partisipasi masyarakat dan ikut bertanggungjawab menyiapkan kader-kader dakwah yang mumpuni baik dari aspek materi maupun metodologi.

Menyikapi wacana pemerintah melalui Kementerian Agama akan membuat suatu regulasi, peraturan dalam program sertifikasi khatib. Hal ini dilakukan, katanya berdasarkan laporan atau keluhan masyarakat yang merasa materi khutbah (dakwah, ceramah, tausyiah) yang

berisi ejekan kepada suatu kelompok. Pemerintah khawatir tanpa dilakukan sertifikasi khatib, nantinya isi khutbah itu dapat menimbulkan disintegrasi bangsa.

Berdasarkan respon dan komentar dari berbagai informan di atas, dapat disimpulkan benang merah dari persoalan sertifikasi atau standarisasi khatib bahwasanya Khatib adalah sebutan bagi penyampai khutbah di atas mimbar. Melalui mimbar Jumat, khatib menyampaikan bimbingan agama (khutbah) bersamaan dengan pelaksanaan ibadah wajib yaitu salat Jumat. Khatib pada umumnya adalah orang yang paham atau membidangi ilmu agama, berkelakuan baik, dan selalu menjadi tempat untuk bertanya bagi jamaah menyangkut persoalan agama. Jadi, wajar saja para jamaah atau masyarakat memberi gelar sebagai juru dakwah, ustaz atau ulama. Oleh karenanya, posisi para khatib tersebut sangat penting dan dibutuhkan keberadaannya di tengah masyarakat Islam dalam memberikan pencerahan pengetahuan keagamaan melalui materi khutbahnya berupa petunjuk jalan hidup untuk kebaikan dan keselamatan baik di dunia sekaligus di akhirat kelak.

Simpulan

Berdasarkan temuan dan analisa dari responden dan pengamatan peneliti terkait dengan sertifikasi khatib, maka dapat disimpulkan beberapa temuan dalam penelitian ini sebagai berikut: *Pertama,* Sertifikasi tidak menjadi sesuatu yang urgen untuk konteks saat ini, dimana masyarakat memberikan keleluasan kepada para khatib untuk menyampaikan materi khutbahnya yang sesuai dengan tuntunan syariat agama Islam. Khatib itu gelar keagamaan yang orientasi utamanya adalah ibadah sehingga klaim adanya muatan radikasilme atau penyebab munculnya radikalisme atas nama agama tidak dipengaruhi oleh materi khutbah khatib di atas mimbar.

Kedua, Respon mayoritas khatib di Kota Mataram tentang sertifikasi khatib adalah kurang bijak dan kurang tepat pemerintah mensertifikasi khatib karena khatib itu merupakan tugas informal masyarakat dalam menyampaikan pesan ibadah keagamaan, dan khatib menjadi prasyarat sahnya ibadah Jumat. Dengan demikian sertifikasi akan berdampak terhadap keberlangsungan ibadah Jumat jika sewaktu-waktu

khatib yang disertifikasi tidak hadir. Sertifikasi akan bermasalah pada aspek siapa dan bagaimana mekanisme sertifikasi khatib, dengan jumlah khatib yang begitu banyak menyebar di Indonesia. Ini menambah beban pemerintah jika semua itu diberikan anggaran. Usulan para khatib kepada pemerintah agar khatib lebih diberdayakan dengan mengadakan kursus-kursus metode dakwah, pelatihan-pelatihan skill secara berkala dan berkesinambungan. Dengan cara seperti ini pemerintah bisa membuat mekanisme standarisasi khatib dan khutbah yang layak untuk diorbitkan dan dipublikasikan di tengah-tengah masyarakat.

Referensi

Amin, M. (2017 September). Pedoman Dakwah Komisi Fatwa MUI se-Indonesia. Diakses dari https://mui.or.id/?option=com_docman&task=doc_download&gid=27&Itemid=91

Al-Hamid, Z.H. (2008). *Salat empat mazhab.* Jakarta: PT. Pustaka Litera Antar Nusa.

An-Nabiry, F.B. (2008). *Meniti jalan dakwah bekal perjuangan para da'i*. Jakarta: Amzah.

Arif, M.C. (2012). Quo vadis komunikasi Islam: Menuju penyeimbangan nalar kritis dan pragmatis di tengah global village. *Jurnal Komunikasi Islam, 2*(2), 20-43.

Arifin, M. (2009). *Kapita Selekta Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.

Arikunto, S. (1998). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Bahri, S. (2017 Februari). Tanggapi wacana sertifikasi khatib, MUI ajukan tiga syarat. Diakses dari https://www.dakwatuna.com/2017/02/06/85428/tanggapi-wacana-sertifikasi-khatib-mui-ajukan-tiga-syarat/#axzz5RG9drBHz

Basit, A. (2012). Dakwah cerdas di era modern. *Jurnal Komunikasi Islam*, *3*(1), 76 -94.

Bungin, B. (2007) *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Departemen Agama RI. (2010). *Al-Qur'an Tafsir Perkata.* Tanggerang: Kalim.

Emzir. (2010). *Metode penelitian kualitatif: Analisis data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Fathurrahman, L,A. (2016). Dalam membangun kota Mataram. Diakses dari http/ kotamataram. com// visi misi religious kota mataram

Fitriani, M.I. (2016). *Manajemen konflik berbasis multicultural competences :* Solusi alternatif kontestasi pribumi dan salafi di Lombok. *el-Harakah, 18*(1) 23 -34.

Heath, C., & Heath, D. (2007). *Made to stick: Why some ideas survive and others die*. New York, NY: Random House.

Indrawan, J, (2014). Integrasi otonomi daerah dengan kearifan lokal sebagai usulan upaya pencegahan konflik bagi pemerintahan baru Indonesia pasca-SBY: Studi kasus harmonisasi kehidupan masyarakat di kota Mataram. *Masyarakat Indonesia*, *40(*2), 45-54.

Mulyana, D., & Solatun. (2007). *Metode penelitian komunikasi: Contoh-contoh penelitian kualitatif dengan pendekatan praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mustamu, R.H. (2012). Menjadi pembicara publik andal: Fenomena public speaker, antara kebutuhan dan tren. *Jurnal Komunikasi Islam, 2*(2), 209-217.

Nazir, M. (2003) *Metode penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Noviyanto, K., & Jaswadi, S.A. (2014). *Gaya* retorika da'i dan perilaku memilih penceramah, *Jurnal Komunikasi Islam*, *4*(1), 123-142.

Rizka, H., & Yulianto, H. (2017, Februari). Dewan Masjid Indonesia tolak wacana sertifikasi. Diakses dari https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-

nusantara/17/02/14/olchhe396-dewan-masjid-indonesia-tolak-wacana-sertifikasi-khatib

Sagala, S. (2006). *Administrasi pendidikan kontemporer.* Bandung: Alfabeta.

Saleh, A, C., & Hartono. (2003). *Struktur Organisasi Kementerian Agama RI.* Jakarta: Biro Kepegawaian Sekretariat Jenderal Dep. Agama RI.

Sasongko, A. (2017, Februari). *Ulama NTB kritik wacana sertifikasi Dai dan Khatib.* Diakses dari https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/17/02/07/okz030313-ulama-ntb-kritik-wacana-sertifikasi-dai-dan-khatib

Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sunarto, A. (2016). *Khutbah Jum'at panduan hidup muslim*. Surabaya: Karya Agung.

Supriadi, D. (2000) *Mengangkat citra dan martabat guru.* Yogyakarta: Adicitra Karya Nusa.

Tanjung, B.N. (2005). *Pedoman penulisan karya ilmiah (proposal, skripsi, dan tesis) dan mempersiapkan diri menjadi penulis artikel ilmiah.* Jakarta: Prenada Media Group.

Umam, F. (2014) Antara membina dan memperbanyak umat: Pola penyiaran agama Hindu dan Islam di kota Matara. *Komunike*, *6*(2), 79-96.

Yamin, M. (2013). *Sertifikasi profesi keguruan di Indonesia.* Ciputat: Reperensi (GP Press Group).

Zaidallah, A, I. (2002). Strategi dakwah dalam membentuk da'i dan khatib profesional. Kalam Mulia.

Zubaidi, A. (2017, Maret). Sertifikasi kompetensi khatib. *Gatra*,

Zuhaili, W. (2010). *Fiqih Imam Syafi'i*. Jakarta: Almahira.

Korelasi Komunikasi Interpersonal Efektif & Kualitas Layanan Tim Medis terhadap Kepuasan Pasien

Ilona Vicenovie Oisina[1] - ilonaoisina@yahoo.com
Ivonne Ruth Vitamaya Osidhi[2] - ivonneruthsitumeang@gmail.com

Abstract: Effective medical staff-patient interpersonal communication is a central clinical function. This study was a survey of 96 patients at Claudia Bagan Batu Hospital, Riau attempting to contribute the role of interpersonal communication and a hospital's service quality towards patient satisfaction. By utilizing correlation analysis between variables and regression to each variable, this study has found a strong correlation between variable of interpersonal communication and variable patient satisfaction (0.805) and the moderate correlation between the variable of service quality and patient satisfaction (0.639). In short, it has revealed that there has been a strong influence between interpersonal communication and service quality at Claudia Bagan Batu Hospital on patient satisfaction (87.8%).

Abstrak: Komunikasi interpersonal yang efektif antara tim medis dengan pasien merupakan salah satu cara untuk membantu penyembuhan penyakit yang diderita pasien. Studi ini menggunakan survei terhadap 96 pasien di Rumah Sakit Claudia Bagan Batu, Riau dalam upaya mencari peran komunikasi interpersonal yang efektif dan kualitas layanan prima terhadap kepuasan pasien. Dari hasil analisis nilai korelasi dan regresi masing-masing variabel yang ada, penelitian ini menemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel komunikasi interpersonal terhadap variabel kepuasan pasien sebesar 0,805 dan korelasi yang sedang antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pasien sebesar 0,639. Lebih lanjut dinyatakan adanya pengaruh yang kuat antara komunikasi interpersonal dan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien (87,8%).
Kata Kunci: Komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan, kepuasan pasien, survei

[1] Dosen Tetap pada Program Pascasarjana Fakultas Komunikasi UPI YAI, Jakarta
[2] Dosen Tetap pada Fakultas Kedokteran Universitas Methodist Indonesia, Medan

Pendahuluan

Menurunnya kualitas komunikasi antara tim medis dan pasien salah satunya disinyalir karena implikasi dari kemajuan perkembangan teknologi canggih dalam dunia kedokteran. Alat-alat penunjang medis yang semakin canggih mengakibatkan komunikasi interpersonal antara tim medis dengan pasien semakin berkurang. Kecanggihan alat-alat medis seolah-olah telah menjawab rasa ingin tahu pasien terhadap berbagai penyakit yang dialaminya, sehingga komunikasi interpersonal yang seharusnya terjalin dengan baik antara tim medis dengan pasien dengan sendirinya akan semakin berkurang.

Komunikasi interpersonal yang efektif adalah salah satu komponen penting dalam proses kesembuhan pasien yang harus dipertahankan para tim medis. Dokter dan perawat perlu menjaga hubungan dan kerjasama yang baik dengan pasien, karena dokter dan perawat merupakan orang terdekat yang dapat memahami masalah yang dialami oleh pasien secara komperehensif, sehingga pelayanan kesehatan dapat dilakukan secara menyeluruh (Roganda dkk, 2015, hlm. 184).

Selain itu, rumah sakit dituntut untuk dapat memberikan layanan yang baik dan bermutu sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Standar pelayanan yang ditetapkan tidak hanya berdasarkan fisik, namun juga lebih dari rasa empati dan tingkat perhatian dalam bentuk komunikasi interpersonal yang efektif antara tim medis dengan pasien. Salah satu proses penyembuhan melalui komunikasi interpersonal yang intensif antara tim medis dengan pasien, mengingat pada prinsipnya penyembuhan dan pengendalian penyakit pasien tergantung dari komunikasi interpersonal berupa saran, masukan dan empati yang diberikan oleh tim medis kepada pasien.

Komunikasi interpersonal antara tim medis dengan pasien dapat meningkatkan rasa percaya diri bagi pasien menuju kesembuhan, sehingga diharapkan tim medis dapat berkomunikasi secara kondusif dengan pasien sehingga membantu pasien dalam mengurangi beban penyakit yang dirasakan. Selama ini tim medis maupun para pasien memiliki pemikiran yang sama bahwa tim medis memiliki kedudukan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pasien.

Anggapan ini akhirnya membuat para tim medis enggan berkomunikasi yang intensif dengan pasien karena merasa memiliki kedudukan yang lebih tinggi dari pasien, sedangkan sebaliknya pasien merasa kurang percaya diri untuk dapat bertanya jawab dengan para tim medis karena memiliki rasa ketakutan serta mengganggap dirinya lebih rendah dari tim medis sehingga memiliki rasa tidak percaya diri dalam menanyakan penyakit yang dideritanya. Jika hal seperti ini terus terjadi maka komunikasi interpersonal yang efektif tidak akan tercapai.

Seperti hasil penelitian Alfitri (2006:6) mengatakan bahwa dalam hal menginformasikan penyakit yang diderita oleh pasien dokter seharusnya menyampaikan informed consent, semacam pemberitahuan tentang penyakit pasien tindakan yang akan dilakukan dan resiko apa yang mungkin terjadi dari suatu tindakan sebelum tindakan itu dilakukan. Menurut Veronika (Alfitri, 2006:6) mengatakan bahwakeluhan yang paling umum disampaikan para pasien beserta keluarganya di rumah sakit terletak pada kurangnya komunikasi antara petugas rumah sakit dengan pasien dan keluarganya.

Namun sebaliknya jika tim medis mampu melakukan komunikasi interpersonal yang efektif dengan pasien menimbulkan rasa kepuasan pasien terhadap pelayanan yang diberikan tim medis. Selain daripada efektivitas komunikasi interpersonal dalam dunia bisnis kedokteran juga diperlukan kualitas pelayanan. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan Arianto (2013, hlm. 10), yang menyatakan bahwa dalam menciptakan hubungan interpersonal yang baik (*creating a good interpersonal relationship*) merupakan prasyarat untuk perawan medis. Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa hubungan dokter dan pasien yang sukses dan komunikatif serta berdampak positif bagi pasien seperti, kepuasan pengetahuan dan pemahaman, kepatuhan terhadap pengobatan dan hasil kesehatan yang terukur. Kualitas afektif dari hubungan dokter dan pasien merupakan penentu utama dari kepuasan pasien dan kepatuhan terhadap pengobatan.

Dalam dunia bisnis kedokteran yang semakin erat dengan persaingan, membutuhkan berbagai strategi untuk menimbulkan rasa kepuasan bagi para pasien. Setiap rumah sakit maupun klinik berupaya untuk melakukan berbagai cara untuk tetap dapat bersaing dengan ru-

mah sakit atau klinik lainnya, salah satunya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan untuk pasien sehingga memberikan kepuasan kepada setiap pelanggan yang menggunakan produk atau jasa yang diberikan oleh rumah sakit atau klinik tersebut. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memberikan kepuasan bagi pasien adalah dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu bagi pasien.

Hal ini diperkuat penelitian Fatmawati dan Susanto (2016, hlm.150), bahwa layanan kesehatan yang bermutu adalah suatu layanan kesehatan yang dibutuhkan masyarakat yang sangat ditentukan oleh profesi layanan kesehatan yang mampu memberikan pelayanan kesehatan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sebagai pengguna layanan kesehatan dengan harga yang terjangkau. Keberhasilan rumah sakit bukan dilihat dari biaya, melainkan dari mutu. Apabila mutu dapat dicapai maka pelayanan akan terjamin maka hasilnya menciptakan kepuasan pelanggan dan mendatangkan keuntungan bagi rumah sakit.

Kualitas pelayanan yang baik memberikan suatu dorongan kepada pasien untuk mempercayai kemampuan tim medis dan rumah sakit dalam menangani penyakit yang dideritanya. Komunikasi interpersonal yang efektif, kualitas pelayanan yang diberikan oleh tim medis kepada pasien serta rasa kepercayaan terhadap tim medis dan rumah sakit akan meniptakan kepuasan pasien dalam berobat di rumah sakit maupun klinik tersebut. Konsep kepercayaan pasien merupakan konsep penting yang terkait dengan konsep sikap. Dimana istilah pembentukan sikap konsumen (pasien) tergantung pada kepercayaan konsumen (pasien) terhadap produk yang ditawarkan di rumah sakit dan perilaku para tim medis.

Para pasien biasanya memiliki kepercayaan terhadap atribut suatu produk yang mana produk tersebut merupakan citra yang melekat dalam produk tersebut. Komunikasi interpersonal yang efektif antara tim medis dan pasien dapat meningkatkan kepercayaan pasien terhadap informasi yang disampaikan oleh tim medis. Kepercayaan dari pasien dan ketersediaan tim medis dalam menjelaskan berbagai informasi yang berhubungan dengan riwayat penyakit pasien juga merupakan faktor pendukung pasien merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh tim medis dan rumah sakit.

Dari hasil penelitian Wahyuni dkk, (2013, hlm. 3), disebutkan beberapa alasan pasien tidak datang kembali ke rumah sakit/klinik tempat berobat dikarenakan 1% meninggal dunia, 3% karena pindah tempat tinggal, 5% karena memuaskan dengan rumah sakit/klinik lain, 9% karena bujukan pesaing, 14% karena tidak puas dengan produk dan 68% karena mutu pelayanan yang buruk.

Melihat tingginya ketidakpuasan pasien karena mutu pelayanan yang buruk mengingatkan kepada rumah sakit dan klinik untuk dapat berbenah diri dalam memberikan pelayanan yang berkualitas serta memperhatikan komunikasi interpersonal harus tercipta secara efektif antara dokter dan pasien sehingga menciptakan rasa kepuasan bagi pasien dan keluarga pasien yang sedang berobat.

Dalam penelitian ini meneliti di rumah sakit Claudia, yang terletak di Bagan Batu, Riau. Jika pasien yang merasa puas dengan pelayanan RS Claudia merupakan aset bagi RS tersebut, namun sebaliknya jika pasien merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh RS dapat menjadikan citra RS menjadi negatif dan pasien dan keluarga pasien tidak akan kembali lagi ke RS tersebut. Hal ini yang menjadi pemicu bagi pihak manajemen RS untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik untuk pasien dan keluarga.

Berdasarkan latar belakang di atas, studi ini memfokuskan pada pengaruh dan efektifitas komunikasi interpersonal dan kualitas layanan terhadap kepuasan layanan di RS Claudia Bagan Batu, Riau.

Kerangka Konseptual

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antarpribadi *(interpersonal communication)* sangat potensial guna mempengaruhi atau membujuk orang lain. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapan pun, selama manusia masih mempunyai emosi. Ko-

munikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya. (Mulyana, 2008, hlm. 81).

Dimensi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal yang efektif adalah penting bagi anggota organisasi. baik pimpinan maupun anggotanya. Dengannya diharapkan dapat membawa hasil pertukaran informasi dan saling pengertian *(mutual understanding)*. Menurut Devito (2011, hlm. 4), efektivitas komunikasi interpersonal dalam pandangan humanistik memiliki unsur-unsur berikut:

1. *Keterbukaan*
   Sifat keterbukaan menunjuk paling tidak dua aspek tentang komunikasi interpersonal. Aspek pertama, bahwa kita harus terbuka pada orang-orang yang saling berinteraksi dengan kita. Hal ini tidak berarti kita harus menceritakan semua latar belakang kehidupan kita. Namun yang penting ada kemauan untuk membuka diri pada masalah-masalah umum. Dengan demikian orang lain akan mengetahui pendapat, pikiran, dan gagasan kita, sehingga komunikasi akan mudah dilakukan. Aspek kedua, adalah kemauan kita untuk memberikan tanggapan terhadap orang lain dengan jujur dan terus terang tentang sesuatu yang dikatakannya. Demikian sebaliknya, kita ingin orang lain memberikan tanggapan jujur dan terbuka tentang segala sesuatu yang kita katakan.
2. *Empati*
   Empati merupakan kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain melalui kacamata orang lain. Berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya. Orang yang empati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka serta harapan keinginan mereka untuk masa mendatang. Empati yang akurat melibatkan kepekaan, baik kepekaan terhadap perasaan yang ada maupun fasilitas verbal untuk mengkomunikasikan pengertian ini.

3. *Sikap mendukung*
   Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Sikap suportif merupakan sikap yang mengurangi defensif. Sikap ini muncul bila individu tidak dapat menerima, tidak jujur dan tidak empati. Sikap defensif mengakibatkan komunikasi interpersonal menjadi tidak efektif, karena orang yang defensif akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam situasi komunikasi dari pada memahami komunikasi. Komunikasi yang defensif dapat terjadi karena faktor-faktor personal (ketakutan, kecemasan, harga diri yang rendah) atau faktor situasional yang berupa perilaku komunikasi orang lain.
4. *Sikap Positif*
   Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika orang memiliki sikap positif terhadap diri mereka. Kedua, mempunyai perasaan positif terhadap orang lain dan berbagai situasi komunikasi.
5. *Kesamaan*
   Kesamaan dalam komunikasi interpersonal ini mencakup dua hal. Pertama adalah kesamaan dalam bidang pengalaman diantara para pelaku komunikasi. Artinya, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila para pelaku komunikasi mempunyai nilai, sikap, perilaku dan pengalaman yang sama. Hal ini tidak berarti bahwa ketidaksamaan adalah tidak komunikatif, namun komunikasi mereka lebih sulit dan perlu banyak waktu untuk menyesuaikan diri. Kedua, kesamaan dalam memberikan dan menerima pesan.

Kualitas Layanan

Pemahaman terhadap kualitas dari pelayanan memberikan arti penting bagi terwujudnya suatu pelayanan yang unggul. Layanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah layanan yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. (Tjiptono 2004:59).

Menurut Garvin dan Davis (Nasution, 2015:2) menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Suatu jasa berkualitas apabila dapat memberi kepuasaan sepenuhnya kepada pelanggan atau konsumen, yaitu sesuai dengan yang diharapkan pelanggan atas suatu jasa. Hal ini senada dengan yang disampaikan Feigenbaum dalam Nasution (2015, hlm. 2) kualitas adalah kepuasaan pelanggan sepenuhnya atau *full customer satisfaction*.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Berry, Zeithaml, dan Parasuraman (dikutip dari Tjiptono dan Gregorius, 2011, hlm. 198) lima kelompok yang digunakan dalam mengevaluasi kualitas, yaitu:

1. *Tangibles (bukti langsung)*
   Hal ini mencakup fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi. Suatu layanan dianggap baik bila perusahaan mempunyai tempat untuk memberikan pelayanan kepada konsumen serta memberikan fasilitas dan perlengkapan kepada tenaga kerjanya. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan Parasuraman, Zeithalm dan Berry (hlm. 198) bahwa wujud nyata adalah berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. *Realibilty (Keandalan)*
   Hal ini mencakup perusahaan memberikan layanan yang akurat dan tepat waktu. Pada umumnya konsumen yang mempunyai karakteristik menengah ke atas cenderung dalam membeli barang atau mengunakan jasa lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan kegiataan pemasaran, perusahaan tentunya akan menawarkan nilai kepada para pelanggannya termasuk dalam hal keandalan para tenaga kerjanya.
3. *Responsiveness (Daya Tangkap atau Ketanggapan)*
   Dalam hal ini adalah keinginan membantu para pelanggan dengan tanggap dan menginformasikan jasa secara tepat. Selain keandalan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, ketanggapan merupa-

kan hal yang harus diperhatikan dan diberikan kepada pelanggan. Para karyawan yang tanggap dengan tugas dan fungsi kerjanya adalah nilai tambah dan menjadi hal yang diperhatikan pelanggan serta mengerti apa yang diharapkan pelanggan.

4. *Assurance (Jaminan)*
   Hal ini mencakup kemampuan, kesopanan dan menciptakan rasa aman untuk pelanggan. Parasuraman, Zeithalm, dan Berry dalam Tjiptono dan Gregorius (hlm. 198) menyatakan bahwa keyakinan (jaminan) adalah perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan dan masalah pelanggan.
5. *Empathy (Empati)*
   Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan perhatian kepada para pelanggan. Empati pada umumnya adalah suatu hal berkenaan dengan memberi perhatian khusus kepada sesuatu hal atau seseorang.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannnya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2004, hlm. 24).

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Adapun dimensi dari kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2004, hlm. 24) sebagai berikut:

1. Kesesuaian *product quality* (pelayanan).
2. Kesesuaian *warranty* (harga).
3. Kesesuaian *reliability* (keandalan).
4. Kesesuaian *product features* (fasilitas).

Teori Penetrasi Sosial

Penetrasi sosial hadir untuk mengidentifikasi proses peningkatan pengungkapan dan keintiman dalam sebuah hubungan serta menghadirkan sebuah teori formatif dalam sejarah teori tentang hubungan. Menurut Atlman dan Taylor (dikutip dalam Littlejohn 2009, hlm. 292), terdapat empat tahap pengembangan hubungan, yaitu:

Orientasi terdiri atas komunikasi tidak dengan orang tertentu, dimana seseorang hanya mengungkapkan informasi yang sangat umum. Jika tahap ini bermanfaat bagi pelaku hubungan, mereka akan bergerak ke tahap selanjutnya, pertukaran afektif eksploratif, gerakan yang menuju sebuah tingkat yang lebih dalam dari pengungkapan terjadi. Tahap yang ketiga, pertukaran afektif, terpusat pada perasaan mengkritik dan mengevaluasi pada tingkat yang lebih dalam. Tahap ini tidak akan dimasuki kecuali mereka menerima manfaat yang besar yang sesuai dengan biaya dalam tahap sebelumnya. Akhirnya, pertukaran yang seimbang adalah kedekatan yang tinggi dan memungkinkan mereka untuk saling memperkirakan tindakan respons yang baik.

Awalnya, teori penetrasi sosial penting dalam memfokuskan perhatian kita pada pengembangan hubungan sebagai sebuah proses komunikasi. Hal ini benar-benar dapat dimasukkan dalam pengalaman hubungan sebenarnya pada kehidupan sehari-hari. Gagasan bahwa kita bergerak dari suatu yang umum ke suatu yang pribadi dalam sebuah garis lurus, sekarang terlihat sangat naif. Hubungan berkembang dalam berbagai cara, sering kali bergerak maju dan mundur dari berbagi hingga pribadi. Teori penetrasi sosial adalah sebuah proses yang berputar dan dialektis. Disebut berputar karena proses ini bekerja dalam siklus maju mundur dan disebut dialektis karena melibatkan pengaturan tekanan yang tidak pernah habis antara yang umum dan yang pribadi. (Littlejohn, 2009, hlm. 292).

Metodologi

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan paradigma positivistik. Sedang metode yang yang digunakan adalah survei. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian penelitian kuantitatif tak terlalu mementingkan kedalaman data hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. (Kriyantono, 2010, hlm. 55). Adapun maksud dari penelitian eksplanatif adalah menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasi atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variable dengan variable yang lain yang dihipotesiskan dan diuji kebenaranya (Faisal 2008, hlm. 21).

Teknik penggalian data dalam studi ini dilakukan melalui kuesioner dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2010, hlm. 59).

Populasi penelitian ini adalah pasien yang berobat di RS Claudia Bagan Batu Riau dari Januari sampai Juli 2017. Mereka dikatagorisasikan sebagai populasi infinit, yaitu sejumlah populasi dengan jumlah individu dalam kelompok tetap ataupun yang jumlahnya tidak terhingga atau jumlah populasi yang diteliti tidak diketahui jumlahnya. Maka penulis menetapkan jumlah populasi yang akan diteliti berjumah 2142 responden.

Sedangkan penentuan ukuran sampel dari populasi yang sudah diketahui jumlahnya di atas, peneliti menggunakan rumus Slovin (Kriyantono, 2010, hlm.164) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N\,d^2 + 1}$$

Keterangan :
n = Jumlah sampel yang dicari.
N = Jumlah populasi
d = level signifikansi yang diinginkan (umumnya 0,05 untuk bidang non-eksak dan 0,01 untuk bidang eksakta).

$$n = \frac{2142}{2142\,(0.10)^2+1}$$

$$n = \frac{2142}{2142\,(0.01)+1}$$

$$= 95{,}54$$

Melalui rumus Slovin tersebut didapati bahwa jumlah sampel 95.54, yang dibulatkan menjadi 96 responden. Lebih lanjut, pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa mereka kebetulan muncul. Maksudnya, pasien yang terpilih menjadi anggota sampel benar-benar atas dasar faktor kebetulan saja. Menurut Faisal, (2008, hlm. 21) teknik ini merupakan teknik yang paling objektif dibandingkan dengan teknik-teknik *sampling* yang lain.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi & Anasisis Hasil Uji Statistik

Berikut ini hasil perhitungan menggunakan program SPSS 20 terhadap data hasil jawaban responden pada uji validitas terhadap 30 responden sebagai sampel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Nilai r tabel dapat dicari, dimana *degree of freedom* (df) = n – 2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. R tabel = 30 (jumlah sampel) – 2 = 28 dengan alpha 0,05 dan dicocokan dengan tabel R *Product Moment* (0,05 ; 28) maka didapat nilai r tabel = 0,361

Hasil Uji Validitas

	R Hitung	>/<	R Tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	.509	>	0.361	Valid
Pertanyaan 2	.477	>	0.361	Valid
Pertanyaan 3	.619	>	0.361	Valid
Pertanyaan 4	.551	>	0.361	Valid
Pertanyaan 5	.689	>	0.361	Valid
Pertanyaan 6	.671	>	0.361	Valid
Pertanyaan 7	.459	>	0.361	Valid
Pertanyaan 8	.591	>	0.361	Valid
Pertanyaan 9	.612	>	0.361	Valid
Pertanyaan 10	.703	>	0.361	Valid

Sumber : Data diolah oleh SPSS 20

Tabel 1 'Hasil perhitungan uji validitas efektifitas komunikasi interpersonal'

Tabel di atas menunjukan bahwa dari 10 (sepuluh) butir instrument pada variabel efektifitas komunikasi interpersonal (X1) didapatkan hasil bahwa sebanyak 10 butir pernyataan mempunyai korelasi positif dengan rentang 0.477 – 0,703 untuk 10 (sepuluh) butir pernyataan dianggap valid

yang ditunjukan oleh nilai koefisien korelasi r lebih besar dari nilai kritisnya 0.361 pada taraf signifikansi 0.05 untuk n = 30, dan tak ada butir pertanyaan yang didrop atau gugur dan semua butir pertanyaan disertakan dalam analisa selanjutnya.

	R Hitung	>/<	R Tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,391	>	0.361	Valid
Pertanyaan 2	0,409	>	0.361	Valid
Pertanyaan 3	0,683	>	0.361	Valid
Pertanyaan 4	0,502	>	0.361	Valid
Pertanyaan 5	0,444	>	0.361	Valid
Pertanyaan 6	0,517	>	0.361	Valid
Pertanyaan 7	0,484	>	0.361	Valid
Pertanyaan 8	0,597	>	0.361	Valid
Pertanyaan 9	0,611	>	0.361	Valid
Pertanyaan 10	0,470	>	0.361	Valid

Sumber : Data diolah oleh SPSS 20

Tabel 2 'Hasil perhitungan uji validitas kualitas layanan'

Tabel di atas menunjukan bahwa dari 10 (sepuluh) butir instrument pada variabel X2: kualitas layanan, semua butirnya mempunyai korelasi positif dengan rentang 0.391 – 0,683 untuk 10 (sepuluh) butir pernyataan dianggap valid yang ditunjukan oleh nilai koefisien korelasi r lebih besar dari nilai kritisnya 0.361 pada taraf signifikansi 0.05 untuk n = 30, maka tidak ada butir pertanyaan yang di*drop.*

	R Hitung	>/<	R Tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,411	>	0.361	Valid
Pertanyaan 2	0,399	>	0.361	Valid
Pertanyaan 3	0,371	>	0.361	Valid
Pertanyaan 4	0,445	>	0.361	Valid
Pertanyaan 5	0,502	>	0.361	Valid
Pertanyaan 6	0,468	>	0.361	Valid

Pertanyaan 7	0,429	>	0.361	Valid
Pertanyaan 8	0,557	>	0.361	Valid
Pernyataan 9	0,432	>	0.361	Valid
Pernyataan 10	0,370	>	0.361	Valid
Pernyataan 11	0,473	>	0.361	Valid
Pernyataan 12	0,591	>	0.361	Valid

Sumber : Data diolah oleh SPSS 20

Tabel 3 'Hasil perhitungan uji validitas kepuasan pasien'

Tabel di atas menunjukan bahwa dari 12 (duabelas) butir instrument pada variabel Kepuasan Pasien, semua butirnya mempunyai korelasi positif dengan rentang 0.370 – 0,591 untuk 12 (duabelas) butir pernyataan dianggap valid yang ditunjukan oleh nilai koefisien korelasi r lebih besar dari nilai kritisnya 0.361 pada taraf signifikansi 0.05 untuk n = 30, maka tidak ada butir pertanyaan yang dikeluarkan.

Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.772	.942	10

Sumber : Data diolah oleh SPSS 20

Tabel 4 'Uji reliabilitas variabel efektifitas komunikasi interpersonal'

Dari hasil analisis tabel 4 diperoleh koefisien reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0.772 dengan hasil tersebut maka bisa dikatakan bahwa data tersebut adalah reliabel, dengan angka menunjukan mendekati angka 1.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.721	.804	10

Sumber : Data Olahan SPSS 20

Tabel 5 'Uji reliabilitas variabel kualitas layanan'

Dari hasil analisis tabel 5 di atas, diperoleh koefisien reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0.721 dengan hasil tersebut maka bisa dikatakan bahwa data tersebut adalah reliabel, dengan angka menunjukan mendekati angka 1.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.736	.826	8

Sumber : Data diolah oleh SPSS 20

Tabel 6 'Uji reliabilitas variabel kepuasan pasien'

Dari hasil analisis tabel di atas, diperoleh koefisien reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0.736 dengan hasil tersebut maka bisa dikatakan bahwa data tersebut adalah reliabel, dengan angka menunjukan mendekati angka 1.

Hasil Uji Korelasi

z		Komunikasi Interpersonal	Kualitas Layanan	Kepuasan Pasien
Pearson Correlation	Komunikasi Interpersonal	1.000	.781	.805
	Kualitas Pelayanan	.781	1.000	.639
	Kepuasan Pasien	.805	.639	1.000
Sig	Komunikasi Interpersonal	.	.000	.000
	Kualitas Pelayanan	.000	.	.000
	Kepuasan Pasien	.000	.000	.
N	Komunikasi Interpersonal	96	96	96
	Kualitas Pelayanan	96	96	96
	Kepuasan Pasien	96	96	96

Sumber: Hasil olah data penulis

Tabel 7 'Hasil uji korelasi variabel efektifitas komunikasi interpersonal dan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pasien'

Tabel di atas menjelaskan mengenai hubungan antara variabel X1 (efektifitas komunikasi interpersonal) dan variabel X2 (kualitas pelayanan) terhadap variabel (Y) kepuasan pasien. Tingkat keeratan hubungan antara variabel efektifitas komunikasi interpersonal dan variabel

kualitas pelayanan sebesar 0.805. Nilai ini mempunyai arti hubungan kedua variabel tersebut kuat. Koefisien korelasi positif 0,805 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel efektifitas komunikasi interpersonal dan variabel kepuasan pasien searah. Artinya, jika variabel efektifitas komunikasi interpersonal meningkat, maka tingkat kepuasan pasien akan meningkat. Hubungan antara variabel efektifitas komunikasi interpersonal dan variabel kepuasan pasien signifikan jika dilihat dari angka signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Didasarkan pada ketentuan, jika angka signifikansi < 0,05 hubungan antara kedua variabel tersebut dinyatakan terdapat korelasi.

Jika dilihat dari hasil di atas terlihat bahwa keeratan hubungan antara variabel efektifitas komunikasi interpersonal terhadap variabel kepuasan pasien tinggi hal ini dikarenakan pasien merasakan efektifitas komunikasi interpersonal antara tim medis dengan pasien sangat efektif dalam melakukan sharing terhadap penyakit yang diderita oleh pasien. Sehingga pasien merasakan efektifitas komunikasi interpersonal yang terjalin efektif antara tim medis dengan pasien.

Tingkat keeratan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pasien sebesar 0,639. Nilai ini mempunyai arti hubungan keeratan hubungan kedua variabel tersebut kuat. Koefisien korelasi positif 0,639 menunujukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pasien searah. Artinya, jika variabel kualitas pelayanan meningkat maka variabel kepuasan pasien akan meningkat juga. Hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien signifikan jika dilihat dari angka signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Didasarkan pada ketentuan, jika angka signifikansi < 0,05 hubungan kedua variabel tersebut dinyatakan terdapat korelasi.

Jika dilihat dari hasil di atas terlihat bahwa terdapat keeratan hubungan kualitas pelayanan yang diberikan oleh tim medis kepada pasien sangat prima sehingga memberikan rasa kepuasan bagi pasien. Hal ini dikarenakan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan tim medis kepada pasien akan semakin menambah tinggi tingkat kepuasan pasien terhadap tim medis. Hal ini dikarenakan para tim medis berusa-

ha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk pasien dalam menyembuhkan penyakit yang diderita oleh pasien.

Hasil Uji Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.878a	.829	.815	2.00741

Sumber: Hasil olah data penulis

Tabel 8 'Analisis korelasi berganda'

Koefisien korelasi menunjukkan kuat tidaknya pengaruh variabel X1 efektifitas komunikasi interpersonal dan X2 kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pasien. Dari hasil perhitungan didapat nilai korelasi (R) sebesar 0,878 atau 87,8% yang hampir mendekati nilai 1 (lihat Table 8). Artinya bahwa efektifitas komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan dapat memberikan pengaruh yang kuat bagi para pasien dalam menciptakan rasa puas.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std Eror	B		
1 (Constant)	3.199	1.629		1.802	0.51
Komunikasi Interpersonal	.794	.051	.818	13.228	.000
Kualitas pelayanan	.298	.038	.160	3.004	.003

Sumber: Hasil olah data penulis

Tabel 9 'Hasil uji regresi berganda'

Tabel 9 menggambarkan persamaan regresi untuk mengetahui angka konstan dan uji hipotesis signifikansi koefisien regresi. Persamaan regresinya adalah:

Dimana:

Y	= Subjek dalam variabel bebas (kepuasan pasien)
X1	= Variabel X1 (komunikasi interpersonal)
X2	= Variabel X2 (kualitas pelayanan)
a	= Angka konstan dari *unstandardized coefficient*

Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda dari tabel diatas diperoleh bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.199 + 0{,}794\ X1 + 0{,}298\ X2$$

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu unit dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya. Dari persamaan regresi linear berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 3.199, artinya jika variabel Y kepuasan pasien tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya (efektifitas komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan bernilai 0), maka besarnya rata-rata variabel kepuasan pasien akan bernilai 3.199. Tanda koefisien dari regresi variabel bebas X1 menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan kepuasan pasien secara langsung.

Koefisien regresi untuk variabel bebas X1 efektifitas komunikasi interpersonal bernilai positif, hal ini menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel X1 efektifitas komunikasi interpersonal dan variabel Y Keputusan Pembelian Y. Koefisien regresi variabel X1 sebesar 0,794 mengandung arti setiap penambahan nilai efektifitas komunikasi interpersonal sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya kepuasan pasien sebesar 0,794. Tanda koefisien dari regresi variabel bebas X2 kualitas pelayanan menunjukkan arah hubungan dari variabel kualitas pelayanan yang bersangkutan dengan kepuasan pasien. Koefisien regresi untuk kualitas pelayanan bernilai positif, hal ini menunjukkan adanya hubungan yang antara kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. Koefisien regresi variabel X2 sebesar 0,298 mengandung

arti setiap penambahan nilai kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan menyebabkan naik kepuasan pasien 0,298.

Hasil Uji T

Untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial dapat diperoleh dengan menggunaka uji T. Ini adalah hasil uji masing-masing variabel secara parsial.

1. Variabel komunikasi interpersonal. Untuk Nilai t dari variabel kepuasan pasien sebesar 13.228 dengan nilai signifikansi 0.00. Dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti komunikasi interpersonal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien.
2. Variabel kualitas layanan. Untuk nilai t dari variabel kepuasan pasien sebesar 3.004 dengan nilai signifikansi 0.003. Dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang memiliki arti kepuasan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien.

Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Aquare	F	Sig
1 Regression	4193.028	2	2108.396	411.080	.000a
Residual	421.269	96	34.11		
Total	4159.006	98			

a. Predictor : (Constant): Komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan
b. Dependent Variabel: Kepuasan pasien

Tabel 10 'Hasil uji F' (sumber: hasil olah data penulis)

Tabel 10 di atas menunjukkan besarnya angka signifikansi pada perhitungan Anova yang akan digunakan untuk uji kelayakan model regresi dengan ketentuan angka probabilitas yang baik untuk digunakan sebagai model regresi ialah harus lebih kecil dari 0,05. Uji Anova menghasilkan angka F sebesar 411.080 dengan tingkat signifikansi (angka probabilitas) sebesar 0,000. Karena angka probabilitas 0,000 <

0,05, maka model regresi ini sudah layak untuk digunakan dalam memprediksi komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan. Untuk dapat digunakan sebagai model regresi yang dapat digunakan dalam memprediksi variabel tergantung, maka signifikansi atau probabilitas (sig) harus < 0,05.

F hitung dalam penelitian ini sebesar 411.080 dan F tabel dalam penelitian ini ditemukan dalam F tabel sebesar 3,35. Jadi F hitung > F tabel, 411.080 > 3,35. Hal ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Ringkasnya, ditemukan adanya korelasi komunikasi interpersonal dan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien.

Interpretasi Teoretik

Seperti dijelaskan pada bab metodologi bahwa penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk melihat nilai korelasi dan regresi dari masing-masing variabel yang ada dalam penelitian ini. Peneliti mengambil sampel penelitian adalah pasien dari RS Claudia Bagan Batu, Riau, dengan menggunakan rumus Slovin didapatkan sejumlah 96 pasien dalam penelitian ini. Dari hasil wawancara singkat yang penulis lakukan kepada beberapa pasien mengatakan bahwa:

> "Dokter yang menangani pasien dan keluarga pasien sangat ramah, santun dan beretika dalam berkomunikasi dan mampu menjelaskan secara lengkap penyakit yang diderita oleh pasien. Bahkan dan ada beberapa dokter spesialis anak berempati sekali dengan anak yang rewel pada saat berobat dengan sabar menangani penyakit anak dengan berbagai pendekatan supaya anak tidak merasakan ketakutan. Wawancara singkat yang penulis lakukan mendukung dari jawabannya kuesioner yang penulis dapatkan dari variabel komunikasi interpersonal dokter ke pasien.

Pada dimensi empati sebanyak 90% pasien sangat setuju dengan rasa empati dokter ke pasien. Pada dimensi keterbukaan sebanyak 87% pasien menjawab sangat setuju dengan keterbukaan informasi tentang penyakit dari dokter ke pasien. Pada dimensi sikap positif dokter kepada pasien sebanyak 79% pasien menjawab setuju dalam memberikan dukungan kepada pasien dan keluarga untuk dapat sembuh dari

penyakit yang dideritanya. Pada dimensi sikap positif sebanyak 68% pasien menjawab setuju dalam bersikap positif terhadap pasien dan keluarga pasien. Pada dimensi kesamaan sebanyak 57% pasien menjawab setuju merasakan kesamaan pengalaman pada saat sedang mengalami sakit membutuhkan tim medis untuk dapat membantu menyembuhkan penyakitnya.

Wawancara yang penulis lakukan kepada beberapa tim medis mengenai cara tim medis untuk memberikan layanan kepada para pasien mengatakan bahwa:

> "Kami berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pasien dan keluarga pasien yang berobat di RS Claudia. Karena menurut kami pasien merupakan aset yang harus terus dipelihara agar tetap loyal terhadap RS Claudia jika ada pasien to keluarga pasien yang mengalami sakit. Dari pendaftaran kami melayani BPJS dan non BPJS, dari pemilihan dokter, dokter yang sedang praktek, menunggu resep dan pembayaran kami mengutamakan pelayanan yang prima kepada semua pasien walaupun menggunakan BPJS".

Hasil wawancara ini menguatkan hasil dari kuesioner yang penulis dapatkan bahwa dimensi bukti langsung yang dirasakan oleh pasien sebesar 79% menjawab setuju dengan bukti langsung yang disediakan oleh RS Claudia berupa pelayanan, fasilitas RS, penampilan dan kebersihan dari tim medis, suasana nyaman di RS yang dirasakan oleh pasien. Dimensi Keandalan sebesar 61% menjawab setuju dimana tim medis mengutamakan untuk pasien yang memang membutuhkan penanganan yang cepat sehingga pasien dan keluarga pasien lebih tenang karena sudah ditanganin oleh tim medis. Selain itu juga untu pasien dan keluarga pasien yang tidak darurat juga segera ditanganin oleh tim medis dengan segera. Pada dimensi ketanggapan sebesar 79% menjawab setuju dimana tim medis siap membantu para pasien dan keluarga yang membutuhkan informasi, membutuhkan pelayanan obat, pelayanan ambulance, pelayanan kursi dorong atau alat medis lainnya. Pada dimensi jaminan sebesar 77% menjawab setuju dimana tim medis memberikan kenyamanan bagi pasien dan keluarga pasien dalam berobat, pasien dan keluarga pasien diberikan kesempatan untuk

menyampaikan permasalahan jika merasakan adanya kurang baik pelayanan yang diberikan oleh tim medis untuk ditindak lanjutin oleh pihak manajemen RS Claudia. Pada dimensi empato sebesar 79% menjawab sangat setuju bahwa tim medis RS Claudia memiliki rasa empati yang tinggi dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pasien dan keluarga.

Wawancara singkat yang penulis lakukan kepada beberapa pasien dan keluarga pasien terkait dengan kepuasan pasien berobat di RS Claudia ini mengatkan bahwa:

> "Pasien dan keluarga pasien merasa puas dengan tim medis yang ada di RS ini semuanya mengutamakan pelayanan yang prima untuk pasien dan keluarga. Dokter dan tim medis berkompeten di bidangnya masing-masing. Di samping itu juga harga berobat yang dikenakan untuk pasien dan keluarga relatif lebih murah dibandingkan RS swasta lainnya. Fasilitas medis lengkap untuk penyakit-penyakit yang sering diderita oleh pasien dan obat-obatan juga lengkap dan banyak yang generic, jika ada pasien yang dirujuk untuk kerumah sakit yang lebih besar proses administrasinya lebih cepat. Makanya kalau ada anggota keluarga yang sakit kami biasanya ke RS Claudia langsung".

Hasil wawancara di atas sejalan dengan teori yang dikemukakan Zeithaml dan Bitner, 1996 dalam Baharuddin M, dkk (2016:385) yang menyatakan bahwa *competence* menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan baik tidaknya suatu kualitas pelayanan.

Pendapat diatas mendukung dari jawaban yang penulis dapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada para responden bahwa dimensi pelayanan yang prima dirasakan oleh pasien sebesar 78% menjawab setuju hal ini didasari oleh pelayanan yang diberikan tim medis RS Claudia mampu memberikan rasa kepuasan bagi pasien dan keluarga pasien saat berobat. Untuk dimensi harga yang harus dibayarkan oleh pasien saat berobat sangat terjangkau sebesar 81% menjawab setuju karena harga berobat di RS Caludia termasuk dalam harga yang terjangkau karena kebanyakan yang berobat dari kalangan menengah ke bawah. Untuk dimensi keandalan sebesar 67% menjawab setuju karena

dalam setiap proses pelayanan yang diberikan oleh tim medis dapat diandalkan dalam proses berobat. Untuk dimensi fasilitas sebesar 77% menjawab setuju bahwa fasilitas dalam berobat di RS Claudia yang dikategorikan lengkap untuk pasien yang menderita penyakit yang tidak terlalu berat. Dengan dimensi ke empat diatas ini memberikan rasa kepuasan bagi pasien dan keluarga untuk berobat.

Secara teoretis, hasil penelitian ini mengafirmasi teori penetrasi sosial yang dipopulerkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor, yang menyatakan bahwa proses interaksi antara satu orang dengan orang lain terjadi dalam proses gradual, dari yang tidak kenal hingga menjadi akrab. Terjadi semacam proses adaptasi antara tim medis dan pasien dalam membicarakan penyakit yang diderita pasien.

Proposisi tersebut sejalan dengan realitas yang dilakukan oleh tim medis kepada pasien dan keluarga pasien di RS Claudia Bagan Batu, Riau. Proses komunikasi interpersonal tim medis dengan pasien dimulai dari tahap pra interaksi, tahap perkenalan, tahap orientasi, tahap kerja sampai pada tahap terminasi. Tim medis berkomunikasi dengan ekspresi non verbal yang ramah dan tersenyum, sehingga menciptakan rasa nyaman bagi pasien dan keluarga setiap datang untuk berobat, dan selanjutnya jika mereka memerlukan layanan kesehatan keluarga korban tetap memilih untuk berobat di RS Claudia Bagan Batu, Riau.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wibawani 2013 di Rumah Sakit Woodward kota Palu (Karmilasari 2014) yang menyatakan bahwa ada pengaruh kompetensi teknis (pelayanan dokter) terhadap kepuasan pasien dengan nilai (p=0,023), sehingga berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan.

Simpulan

Studi ini merupakan hasil survei yang melibatkan 96 responden di RS Claudi Bagan Batu, Riau perihal efektifitas komunikasi interpersonal dan kualitass layanan tim medis terhadap kepuasan pasien. Meski studi ini tidak dilakukan secara longitudinal dan hanya dilakukan di satu rumah sakit, namun hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang sangat kuat antara variabel komunikasi interpersonal terhadap variabel kepuasan pasien dengan koefisien korelasi sebesar

0,805 serta adanya pengaruh yang kuat untuk variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pasien dengan koefisien korelasi sebesar 0,639.

Diharapkan temuan tersebut dapat menjadi gambaran bagi para prosesional di bidang kesehatan, khususnya tim medis di rumah sakit, untuk melakukan komunikasi interpersonal yang efektif dalam memberikan layanan medis kepada pasien agar memperoleh kenyamanan dalam menjalni proses pengobatan dan penyembuhan.

Referensi

Alfitri. (2006). Komunikasi dokter dan pasien. *Jurnal Mediator Volume*, *7* (1), 15-26.

Ardianto, E. (2009). *Public relations praktis* (Edisi 1). Jakarta: Widya Padjajaran.

Arianto, A. (2011). Komunikasi kesehatan (komunikasi antara dokter dan pasien). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(2), 1-13. Diakses dari http://jurnalilkom.uinsby.ac.id/index.php/jurnalilkom/issue/view/7.

Baharuddin, M, dkk. (2016, November). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehaan terhadap Minat Pasien Dalam Memanfaatkan Kembali Jasa Pelayanan Rawat Jalan Di Puskesmas Wara Utara Kecamatan Bara Kota Palopo tahun 2016*. Makalah dipresentasikan pada Kongres Nasional Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Ke 13 (KONAS IAKMI XIII), Makasar.

DeVito, J.A. (2011). *Komunikasi antar pribadi*. Tangerang Selatan: Kharisma Publishing Book.

Faisal, S. (2008). *Format-format penelitian sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.

Fatmawati, S. (2016). Pengaruh mutu pelayanan dokter terhadap loyalitas pasien di rumah sakit PKU Muhammadiyah Bantul.

Jurnal Medicoeticolegal dan Manajemen Rumah Sakit, *5* (2), 150-156.

Garvin, & Davis. (2005). *Manajemen mutu terpadu.* (M.N. Nasution, penterjemah). Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, R. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Littlejohn, S.W, & Karen, A.F. (2009). *Teori komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Mulyana, D. (2008). *Komunikasi efektif: Suatu pendekatan lintas budaya.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Roganda, D.P, dkk. (2015). Pola komunikasi interpersonal teraupetik dokter terhadap pasien anak. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Bisnisocio*, *2*(1),183-193.

Tjiptono, F. (2004). *Manajemen jasa.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F, & Gregorius, C. (2011). *Service, quality and satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Wibawani. (2013). Pengaruh mutu layanan kesehatan terhadap kepuasan pasien rawat inap di rumah sakit Woodward Kota Palu. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Kesehatan (AKK)*. *2* (3), 35-41.

Urgensi Literasi Media di Tengah Sinisme Antarsuku, Agama, Ras, dan Golongan

Advan Navis Zubaidi[1]
advan@uinsby.ac.id

Abstract: This article discusses the urgency of media literacy in addressing the framing of cynicism and conflict issues between tribes, religions, races and groups carried out by the mass media in Indonesia. Specifically, this study attempts to contribute the role of media literacy in minimizing cynicism between tribes, religions, races and groups. Through text studies, this article argues that literacy is considered as science. The more educated people, the more acquired knowledge will be. It means that when people receive more information from the mass media, they will certainly be wiser. Further, to raise public awareness, a systematic way through education, both formal and non-formal, is needed. Hence, harmonious human relations could be realized, regardless of ethnic status, race, and religious belief.

Abstrak: Artikel ini membahas urgensi literasi media di tengah pusaran *framing* isu sinisme dan konflik antarsuku, agama, ras dan antargolongan yang dilakukan media massa di Indonesia. Secara spesifik studi ini ditujukan untuk mendiskusikan peran literasi media dalam meminimalisir sinisme antarsuku, agama, ras dan antar golongan. Melalui studi teks, artikel ini berpendapat bahwa literasi dianggap sebagai sebuah ilmu pengetahuan. Makin banyak masyarakat yang tercerdaskan, maka ilmu pengetahuan yang didapat pun makin berlimpah, dan ketika menerima informasi dari media massa, tentu bisa bijaksana dalam bersikap. Selain itu, dalam upaya penyadaran pada masyarakat diperlukan cara yang sistematis melalui pendidikan, baik formal maupun non formal, sehingga terwujudlah sebuah harmoni dalam hubungan antarmanusia, tanpa membedakan suku, agama ras, dan golongan.

Kata Kunci: Literasi media, framing, isu konflik, sinisme

[1] Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UINSA Surabaya

Pendahuluan

Media massa merupakan bagian penting dalam kehidupan bermasyarakat. Perilaku individu dalam berinteraksi dengan sesama, saat ini, tidak hanya dipengaruhi norma yang berlaku, tapi juga media yang ada di sekelilingnya. Bingkai media terhadap sebuah konflik, menentukan penilaian publik terhadap pihak yang bertikai (Bimo & Eriyanto, 1999). Atas dasar inilah mengapa media berperan penting dalam mereduksi sinisme yang terjadi antar suku, agama, ras, dan antar golongan.

Sepanjang tahun 2012 sampai 2014, seorang produser film asal Denmark Joshua Oppenheimer berhasil membuat dua film dengan latar tahun 1965. Film yang pertama berjudul *Jagal (The Act of Killing)* diproduksi pada tahun 2012, film ini bercerita tentang para algojo pembunuh Partai Komunis Indonesia (PKI) di daerah Sumatera Utara. Film yang kedua berjudul *Senyap (The Look of Silence).* Masih dengan tema yang sama, kali ini film ini menjadikan keluarga korban sebagai aktor utama. Kedua film ini mendapat respon cukup beragam, sebagian masyarakat dunia menyambut baik, tetapi tidak sedikit juga yang mengecam. Salah satu bentuk apresiasi yang ditunjukkan oleh dunia adalah memasukkan film ini sebagai salah satu nominasi Oscar 2014 kategori film dokumenter.

Dalam perspektif komunikasi, film ini jelas menyuguhkan berita yang tidak berimbang, mengutip sejarah secara parsial, akibatnya, para penonton yang sebagain besar generasi ketiga dari para pelaku sejarah dengan mudah bersimpati kepada PKI, melihat mereka sebagai korban yang tidak berdaya, dan sebaliknya, memandang muslim sebagai pelaku beragama yang kejam dan bengis.[2]

Film menjadi sebuah media diseminasi ideologi yang halus dan nyaris tidak disadari. Beberapa konflik horizontal yang terjadi di Indonesia, juga disebabkan oleh terpaan media yang menyajikan sebuah peristiwa tidak berimbang, dan justru memupuk konflik yang sedang berlangsung. Sinisme yang dibingkai oleh media bisa secara jelas

[2] Ekspresi dan respon penonton semacam ini langsung dirasakan oleh penulis, Advan Navis, ketika menjadi narasumber bedah film *Senyap* di UK. Petra, 10 April 2015. Sinisme dan kebencian terhadap muslim tampak dari beberapa ungkapan dan pertanyaan yang dilontarkan

tampak pada *headline*, isi, maupun proses liputan yang dilakukan. Pada majalah *Tempo* edisi 14-21 Februari 2011 misalnya, dengan jelas tertulis di salah satu liputan beritanya "….. Semakin lama semakin jelas terlihat, Negara meninggalkan Jemaah Ahmadiyah". Disadari atau tidak hal ini akan berpengaruh pada penilaian beberapa kelompok terhadap pemerintah.

Sisi lain, media serupa, majalah *Sabili* justru melahirkan sinisme pada jamaah *Ahmadiyah* melalui judul di *cover* depannya 'Ahmadiyah Bukan Islam' (Sabili, 2011). Judul inilah yang kemudian memantik reaksi kebencian sebagian besar umat Islam terhadap jamaah Ahmadiyah. Segala dampak yang dimunculkan atas sebuah pemberitaan pada dasarnya disadari betul oleh para jurnalis. Hanya saja atas kepentingan ideologi dan kepentingan institusi media, terkadang idealisme jurnalis tergadaikan (Armando, Abubakar, & Muchtadlirin, 2011).

Merujuk berbagai penjelasan di atas, maka urgensi literasi media sangat dibutuhkan masyarakat. Literasi media diartikan oleh Aufdeheide (dikutip dalam Scharrer & Ramasubramanian, 2015) sebagai kemampuan dalam mengakses, menganalisa, dan mengevaluasi sebuah pesan media yang dikemas dalam berbagai bentuk. Dalam konteks sinisme kesukuan dan konflik, literasi media secara luas dapat diartikan sebagai kecakapan masyarakat selaku konsumen media dalam memahami isu konflik yang disuguhkan dalam tayangan televisi, siaran radio, berita surat kabar, maupun pesan perantai di sosial media.

Sinisme dalam Media Massa

Dikhawatirkan, jika masyarakat tidak memiliki pemahaman yang baik cara bagaimana melihat sebuah berita, maka embrio kebencian dan sinisme terhadap antar agama, suku, ras, dan golongan akan terus berkembang dan tidak menutup akan berujung pada konflik yang berkepanjangan. Sebab, media dan terpaan yang dimunculkan akan berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang. Sinisme dalam bingkai media ini selalu menjadi daya tarik tersendiri bagi media, sebab konflik adalah salah satu *human interest* yang selalu dinanti publik. Bagi sebagian media, adagium '*Bad News is A Good News*' masih menjadi pijakan (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2007).

Sinisme dan beragam kebencian terhadap kelompok tertentu tak hanya disemai melalui media konvensional saja (TV, surat kabar, majalah, dan tabloid), tetapi juga tumbuh subur di media online. Karakter media online yang memberikan ruang anonimitas bagi penggunaannya semakin memberi ruang atas kebencian-kebencian yang disebarkan. Ditambah lagi dengan jangkauan yang dimiliki tidak terbatas.

Berbagai dampak negatif yang muncul tersebut perlu dicarikan solusi agar tidak terus berlanjut, sehingga pemilik media dan pengguna media tidak terjebak pada sinisme dalam media massa terutama antar suku, agama, ras dan antar golongan. Dengan demikian, kata kunci penentu harmoni dan kerukunan bangsa ada pada masyarakat sebagai pelaku kehidupan sekaligus konsumen media, dan media selaku produsen isi media. Masyarakat memiliki peranan penting dalam pengembangan kapasitas setiap individu.

Masyarakat adalah tempat yang penuh pilihan solusi dalam proses pendewasaan. Masyarakat yang cerdas akan dengan sendirinya mampu melahirkan individu yang mampu memilih dan memilah konten media dengan bijak (literasi media). Selanjutnya, media yang cenderung arogan dan menebar sinisme kepada masyarakat, secara perlahan akan sepi dan tidak banyak diminati oleh masyarakat.

Peran Media dan Masyarakat dalam Konflik

Peran media terhadap sebuah konflik tidak dapat dipisahkan. Dalam beberapa hal, media berperan sebagai wadah pemberitaan isu konflik sosial (Blommaert & Verschueren, 2002), melakukan *framing* pemberitaan konflik (Greenwood & Jenkins, 2015; Griffin, 2004; Makhortykh & Sydorova, 2017), serta membentuk opini publik terhadap sebuah isu konflik sosial (Nelson, Clawson, & Oxley, 1997). Dengan demikian, peran media dalam sebuah konflik menjadi beragam.

Di satu sisi media mampu berperan untuk menciptakan perdamaian melalui pemberitaan yang damai. Tanpa terlibat dalam isu konflik dan sinisme antarsuku, kelompok, dan antargolongan. Melakukan pemberitaan yang objektif, berimbang, dan tidak berpihak. Amanpour (dikutip dalam Gilboa, 2009) berpendapat bahwa objektifitas itu hanya bisa dilakukan dengan memberikan beragam sudut pandang, na-

mun tidak semuanya memiliki porsi yang sama. Dengan demikian, dampak konflik bisa direduksi dengan cara tidak memunculkan sinisme dalam isi pemberitaan. Peran positif media ini hanya akan terwujud jika seluruh stakeholder media, masyarakat, iklan, dan peemilik media memiliki semangat yang sama untuk membangun media yang damai.

Di sisi lain, media dengan kekuatan yang dimiliki juga sangat mungkin menjadi bagian dari konflik. Pemberitaan yang bias, ditambah dengan bumbu kebencian serta propaganda, akan cukup mampu untuk menjaga agar konflik tetap berlangsung. Tidak menutup kemungkinan sinisme yang muncul di masyarakat tumbuh masif. Muncul dugaan, dengan menjaga agar konflik tetap berlangsung, maka media mendapat tambahan sumber pemberitaan. Dampaknya, media meraup keuntungan dari *rating* dan *share* yang diperoleh. Padahal, dalam pengaruh yang lebih luas, media memiliki kekuatan untuk menampilkan isu konflik dan sinisme sesuai yang diinginkan.

Dalam bentuk media cetak misalnya, majalah masih memiliki pengaruh dalam mengemas sebuah pemberitaan dengan isu konflik. Griffin (2004) melakukan sebuah analisa terhadap majalah di Amerika Serikat. Studi ini dilakukan dengan cara membandingkan beberapa pemberitaan tekait perang teluk 1991, perang Afghanistan 2001, dan perang Iraq 2013. Hasil studi ini menunjukkan bahwa potret dalam media memberikan narasi yang lebih kuat daripada pemberitaan dalam bentuk teks. Dalam konteks invasi ke Iraq, potret tentang deretan kendaraan baja yang berjejer di jalanan Iraq seakan memberi pesan kepada pembaca bahwa tentara Amerika Serikat telah sukses menguasai Iraq.

Studi-studi serupa yang memberikan gambaran bagaimana kerja media melakukan framing terhadap sebuh isu konflik juga dilakukan oleh Greenwood and Jenkins (2015). Hasil studi yang mereka lakukan memberi gambaran bagaimana potret dalam majalah seringkali justru menyuguhkan pesan peperangan daripada perdamaian. Potret konflik ini dipandang menarik dan menguntungkan bagi media. Lebih banyak mengandung unsur *human interest*. Menurut Greenwwod dan Jenkins, kesan dalam potret konflik di majalah juga ditentukan oleh subjek yang ada dalam potret tersebut. Ketika pesan yang disampaikan me-

ngandung unsur perlawanan, maka subjek yang dibidik lebih banyak menampilkan sisi ketidakberimbangan.

Media, diharapkan memilki peran positif dalam terciptanya kedamaian dan ketenangan di tengah masyarakat (*peace journalism*), tidak justru sebaliknya, jurnalisme konflik dan peperangan (*war journalism*). Kedua pilihan tersebut memiliki konsekueinsi yang berbeda. Saat media memutuskan menjadi bagian dari perdamaian, maka seluruh perangkat kerja media juga harus menyesuaikan. Pilihan jurnalis, tema liputan, sajian berita, diksi yang digunakan, potensi konsumen media, bahkan sampai potensi perusahaan pemasang iklan pun bisa berbeda.

Media harus mampu memahami bahwa tidak semua masyarakat selaku konsumen media lebih memilih pemberitaan dengan isu konflik. Beberapa kelompok masyarakat justru lebih senang berita tentang perdamaian, atau berita tentang tatanan sosial yang baik. Ada kecenderungan, masyarakat akan memilih kanal berita yang sesuai dengan kedekatan kepentingan mereka (*proximity*). Bahkan, pada beberapa kelompok tertentu, mereka membuat akun khusus di media online untuk anggota komunitas yang memiliki persamaan cara pandang. Media komunitas ini sengaja dibentuk untuk menunjukkan identitas mereka, serta mempermudah persebaran ideologi yang sama (Euwema & Verbeke, 2009).

Pesan kebencian dan sebaran ideologi kelompok tertentu dikemas menyesuaikan karakter media yang digunakan. Pesan yang disampaikan melalui radio harus memiliki narasi yang bagus karena kekuatannya ada pada suara. Pesan di media cetak sebisa mungkin disertai dengan potret yang meyakinkan karena potret memiliki kekutan persuasif yang lebih baik daripada tulisan. Demikian juga di media televisi, diharapkan memiliki sudat pandang visual yang menarik. Masing-masing kanal media tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan.

Saat ini, media yang lebih banyak dipilih untuk persebaran ideologi dan pesan kebencian adalah media online. Karekter media online yang memberikan ruang untuk tidak beridentitas serta jangkauan yang luas, memilki daya tarik tersendiri bagi penggunanya (Gilboa, 2009). Dalam sosial media misalnya, eksklusivitas akun kelompok

tertentu ini tampak ketika mereka melakukan pemberitaan dengan fokus pada ideologi mereka, tanpa memberi ruang untuk perbedaan.

Sinisme kebencian terhadap kelompok yang berbeda sengaja dihembuskan untuk menujukkan bahwa pandangan mereka yang paling benar. Sinisme ini kemudian disebarkan secara masif di media online untuk mempengaruhi pengguna media online lain yang berbeda cara pandang dengan mereka.

Media memiliki kuasa untuk mengemas sebuah isu yang sedang aktual. Media dapat memilih apakah isu konflik dan sinisme antar kelompok dikemas dengan mengusung tema-tema damai dan rekonsiliasi, atau justru sebaliknya. Seringkali, media tidak menyadari bahwa isi pemberitaan yang disajikan berdampak luas bagi masyarakat. Sudut pandang media dalam mengemas isu akan menentukan dampak yang dimunculkan di masyarakat. Pemberitaan tentang konflik Ambon misalnya, dapat dikemas dengan sudut pandang yang beragam. Ketika media Islam merasa menjadi bagian dari umat Islam pada saat itu, maka ada kecenderungan menampilkan umat Islam menjadi korban. Demikian juga sebaliknya. Media Kristen pun akan mengemas isu konflik yang sama dengan sudut pandang umat Kristiani yang menampilkan umat Islam sebagi sumber masalah dam biang dari konflik yang terjadi.

Dalam konteks pemberitaan media, lazim diperdebatkan tentang pendekatan '*bytstander journalism*' versus '*journalism of attachment*'. Perdebatan lain yang juga sering muncul adalah 'peace journalism' versus 'war/conflict journlism' (Gilboa, 2009). Terhadap beberapa pendekatan tersebut, Martin Bell (dikutip dalam Gilboa, 2009) memberikan kritik bahwa media yang menganut '*bytsatnder journalism*' seringkali fokus melakukan pemberitaan dari sisi kemiliteran meliputi taktis peperangan atau persenjataan. Berbeda dengan '*journalism of attachment*' yang cenderung lebih fokus pada sisi korban peperangan, atau dampak yang dimunculkan. Dalam hal ini, media memiliki pilihan model pemberitaan.

Hampir tidak ada pemberitaan yang netral, semuanya akan dikemas sesuai dengan sudut pandang tertentu (Euwema & Verbeke, 2009). Media seringkali lupa bahwa sudut pandang mereka dalam mengemas sebuah isu konflik akan mempengaruhi cara masyarakat me-

nyikapinya. Media tampak abai dan lebih berpihak pada kepentingan politik ekonomi mereka daripada memperhatikan efek sosial yang terjadi di masyarakat. Akademisi, pengamat media, pemuka agama, dan tokoh masyarakat berharap media mampu memberikan sudut pandang pemberitaan yang menyejukkan.

Faktanya, media seakan menikmati berlangsunganya konflik dan sinisme antar kelompok, karena media tidak menjadi bagian di dalamnya. Beberapa ajakan untuk menyerukan jurnalisme damai yang mengedepankan etika pemberitaan, kesantunan, serta semangat persatuan kenyataannya sulit direalisasikan. Bahkan cenderung tidak ada perubahan model liputan. Sajian media yang damai dan menyejukkan seringkali justru muncul ketika konflik sudah membesar dan banyak menelan korban jiwa. Ironisnya, justru pekerja dan industri media lah yang membuat eskalasi konflik di level masyarakat, nasional, maupun internasional meningkat.

Ada dua hal yang menyebabkan demikian. Pertama, jurnalis mau pun media tidak memahami konteks konflik yang sedang terjadi. Media cenderung melakukan peliputan sebagaimana adanya. Tanpa disertai telaah yang lebih dalam, dan pencarian data yang berimbang. Bahkan, pada kondisi tertentu, jurnalis dan media tidak memperhatikan kredibilitas sumber berita yang dikutip. Sehingga, akurasi data dikesampingkan, yang dikejar hanya nilai aktualitas saja. Persoalan kedua yang membuat media berperan dalam suburnya konflik, adalah ketika pihak media menjadi bagian yang berkepentingan dalam konflik tersebut. Bukannya meredam konflik, media justru menjadi pemicu konflik karena potensi keuntungan yang diperoleh.

Pada kondisi tertentu, jurnalis terkadang dihadapkan pada posisi dilematis. Sulit bagi mereka untuk menempatkan diri sebagai pekerja media yang bertanggung jawab atas liputan merekam, atau sebagai pihak yang berkonflik. Jurnalis dihadapkan pada tekanan politik, ekonomi, dan budaya. Di era saat ini, tekanan jurnalis juga datang dari masyarakat selaku konsumen media. Masayarakat seakan memiliki hak untuk menentukan isi media yang menurut mereka layak. Berita yang tidak sesuai dengan kepentingan dan pandangan mereka akan dianggap

sebagai kebohongan. Kebenaraan adalah pemberitaan yang sesuai dengan cara pandang mereka.

Jurnalis saat ini dituntut tidak hanya cakap dengan kemampuan tulis menulis berita, tetapi harus bijak dalam memahami konteks dan mengemas pemberitaan tersebut agar tetap damai. Kelemahan jurnalis dalam meliput sebuah isu konflik yang tidak diiringi dengan wawasan yang cukup, hanya akan memperkeruh masalah. Jurnalis dan media harus memahami kondisi sosial yang terjadi di masyarakat. Sebagai institusi yang memiliki pengaruh di masyarakat, media tidak seharusnya hanya memberitakan apa yang terjadi di masyarakat, tetapi juga memberikan pencerahan tentang bagaimana masyarakat harus bersikap (Euwema & Verbeke, 2009).

Urgensi Literasi Media: Menyikapi Framing Sinisme dan Konflik SARA

Masyarakat sebagai konsumen media, cenderung kehilangan sikap kritis saat mengkonsumsi media karena membaca koran, menonton televisi, mendengar radio, atau mengakses internet adalah rutinitas harian (Griffin, 2004). Padahal, sebagai konsumen media, masyarakat berhak memilih dan memilah sajian media. Secara umum, menurut David Croteau and Hoynes (2003) setidaknya ada dua pertanyaan mendasar yang harus dijawab masyarakat saat berhadapan dengan sajian media. Pertama 'siapa pemilik media?'. Dengan demikian masyarakat menjadi paham kepentingan dibalik pemberitaan yang disajikan. Ideologi pemilik media akan mempengaruhi isi sajian media. Pertanyaan kedua yang harus dijawab adalah 'bagaimana sajian media tersebut diproduksi?'. Bagi masyarakat selaku konsumen media, memahami konteks, waktu, dan cara bagaimana sajian media itu dikemas lalu disuguhkan adalah bagian penting untuk kritis terhadap sajian media.

Muncul dua pandangan apakah media literasi ini akan menjadi tanggung jawab media atau masyarakat selaku konsumen media (Buckingham, 1998; Kubey, 1998). Pandangan pertama beranggapan bahwa literasi media adalah tanggung jawab konsumen. Apabila sajian media berdampak negatif kepada konsumen, maka hal itu lebih dikarenakan karena pemahaman konsumen media yang terbatas. Dalam kon-

teks isu sinisme antar suku dan golongan, media tidak bertanggung jawab atas perubahan sikap masyarakat yang menjadi arogan dan saling benci. Karena media hanya bertanggung jawab pada isi, bukan pada dampak.

Proses menuju literasi media tak bisa hanya dibebankan pada industri media saja. Masyarakat selaku konsumen media juga memiliki andil yang sama untuk menumbuhkan sikap kritis terhadap sajian media. Dari sisi konsumen, (Potter, 2004) mengatakan bahwa aspek kognisi berperan penting dalam menumbuhkan sikap kritis terhadap media. Pengetahuan konsumen media terhadap isi, dampak, dan proses produksi media akan menentukan bagaimana cara mereka menyikapi sajian media. Pemahaman ini juga membantu konsumen media dalam memilah sajian media yang memberikan unsur manfaat dan kebenaran.

Secara praktis, sikap kritis kosumen terhadap media juga ditentukan faktor lain. Austin and Meili (1994) menambahkan bahwa unsur afeksi juga berperan dalam literasi media. Unsur afeksi akan membantu konsumen media dalam memilih dan membandingkan sajian media yang satu dengan yang lain. Hasil perbandingan tersebut akan menentukan apakah sajian media tersebut diterima karena kebenarannya, atau ditolak karena tidak sesuai dengan 'rasa' yang dimiliki konsumen media. Dengan demikian, aspek kognisi dan afeksi merupakan variabel penentu dalam proses literasi media.

Pandangan bahwa literasi media sepenuhnya menjadi tanggung jawab konsumen tidaklah benar. Media selaku produsen memiliki beban tanggung jawab yang sama. Saat melakukan produksi sajian media, pekerja media yang terlibat sebetulnya memiliki ekspektasi atas kemungkinan dampak yang dimunculkan (Severin & Tankard, 2010).

Dalam konteks sajian tentang isu konflik dan sisnime antarsuku dan golongan, pekerja media memiliki tanggung jawab dalam hal pemilihan topik liputan, penulisan naskah berita, bahkan potret yang akan ditampilkan. Pekerja media juga harus lebih bijaksana, jangan hanya mengejar kepopuleran sebuah liputan sehingga mengesampingkan efek atau dampak yang ditimbulkan oleh liputannya.

Di tengah beberapa model resolusi konflik yang selama ini dilakukan dengan pendekatan hukum, psikologi, dan agama, maka pende-

katan media dan komunikasi dengan cara penguatan literasi media yang baik kepada publik adalah salah satu pendekatan baru yang menarik untuk dikaji. Beberapa alasan mengapa literasi media ini penting untuk melahirkan harmoni dalam kebergaman di Indonesia. Pertama, Pasca reformasi 1998, media Indonesia mengalami uforia pemberitaan setelah sekian lama dikekang. Akibatnya, kontrol terhadap konten pemberitaan akan sulit dilakukan, sebab semua akan berlindung di balik kebebasan berpendapat dan berdemokrasi. Atas dasar kebebasan, sinisme dan kebencian antar suku, agama, ras, dan antar golongan akan dengan mudah disisipkan.

Kedua, pertumbuhan internet di Indonesia yang selalu meningkat. Sampai dengan tahun ini, tercatat lebih dari 82 juta pengguna di seluruh Indonesia (Kemekominfo, 2015). Ironisnya, percepatan penetrasi internet ini tidak berbanding lurus dengan literasi media yang dimiliki masyarakat selaku konsumen (Guntarto, 2011). Masih banyaknya celah dari regulasi internet di Indonesia, menjadikan internet sebagai ladang subur dalam menyebar kebencian dan sinsisme antarsuku, agama, ras, dan antar golongan. Pengguna dapat dengan mudah membuat identitas palsu, membuat website palsu, dan menyebar pesan provokatif. Kondisi ini menjadi sebuah ancaman jika masyarakat tidak cerdas dan memiliki literasi media yang cukup.

Ketiga, Indonesia adalah bangsa yang kaya dengan aneka ragam budaya, suku, dan agama yang tumbuh di dalamnya. Jika heterogenitas ini tidak didukung oleh tingkat literasi media yang baik, maka bangsa ini akan kembali mudah diadu domba dan diprovokasi melalui media-media yang ada. Sebagaimana strategi yang dilakukan oleh Belanda yang memecah belah bangsa Indonesia dengan *devide et empera,* memecah belah dan menguasai.

Berdasar tiga alasan di atas, maka literasi media ini penting dalam rangka mereduksi sinisme yang kebencian yang ditebarkan melalui beragam saluran media yang dikonsumsi masyarakat. Menurut teori klasik Kurt Lewin, bahwa perilaku manusia (behaviour) merupakan fungsi dari kepribadian (personality) dan pengalamannya (experience). Atau jika dituliskan dalam rumus : B (behaviour) = P (personality) + E (experience) (Wirawan, 2006).

Dalam hal ini media memiliki kuasa dan pengaruh kuat untuk mempengaruhi kepribadian dan pengalaman setiap individu. Dalam perspektif teori konstruksi sosial media massa, sikap positif dan negatif individu selaku konsumen media dipengaruhi oleh media yang menerpa mereka. Substansi dasar dalam teori ini adalah sirkulasi informasi yang cepat dan luas, sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstrukai itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis (Bungin, 2008).

Menurut perspektif ini tahapan-tahapan dalam proses konstruksi sosial media massa itu terjadi melalui beberapa tahap (Bungin, 2008):

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi: Ada tiga hal penting dalam tahapan ini yakni: keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semu kepada masyarakat, keberpihakan kepada kepentingan umum.
2. Tahap sebaran konstruksi: prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada khalayak secara tepat berdasarkan agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.
3. Tahap pembentukan konstruksi realitas. Pembentukan konstruksi berlangsung melalui: (1) konstruksi realitas pembenaran; (2) kedua kesediaan dikonstruksi oleh media massa; (3) sebagai pilihan konsumtif.
4. Tahap konfirmasi. Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun penonton memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi.

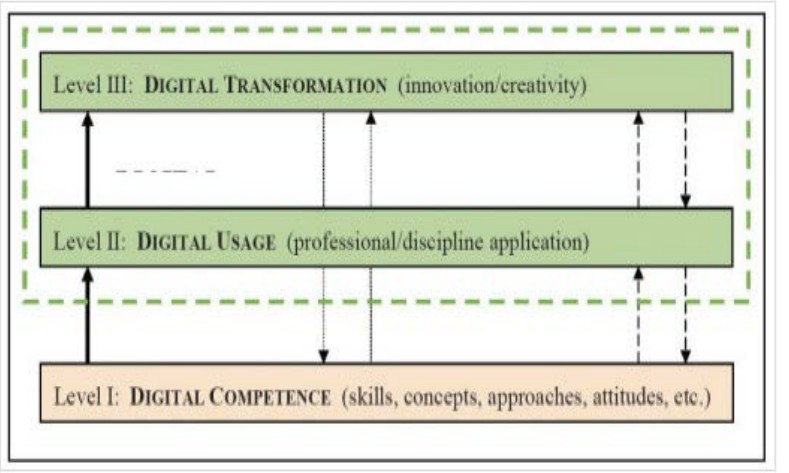
Teori ini memberikan ilustrasi bagaimana terpaan media memberikan konstribusi besar dalam penentuan sikap khalayak. Media memiliki kekuatan untuk membentuk ulang sebuah makna yang sebenarnya sesuai dengan kepentingan yang diharapkan. Sebuah kebenaran yang disajikan secara terus menerus sebagai sebuah kesalahan, lambat laun akan diyakini sebagai sebuah kesalahan. Demikian juga sebaliknya.

Ironisnya, masyarakat selaku konsumen media belum cukup cerdas dalam melakukan pemilihan dan pemilahan konten media yang benar.

Claire Bélisle mengajukan gagasan mengenai pentingnya literasi yang memungkinkan berbagai kemampuan untuk ditempatkan dalam konteks makna dan aksi sosial. Claire mengidentifikasi evolusi konsep literasi ini dalam tiga model. Pertama, model fungsional yang melihat literasi sebagai penguasaan keterampilan kognitif, praktis sederhana, dan berkisar dari pandangan sederhana literasi sebagai keterampilan mekanik membaca dan menulis ke pendekatan yang lebih maju (misalnya oleh UNESCO tahun 2006) tentang literasi sebagai keterampilan yang diperlukan untuk berfungsi secara efektif dalam masyarakat.

Kedua, model praktek sosial-budaya yang mengambil sebagai dasar bahwa konsep literasi hanya bermakna dalam konteks sosial, dan bahwa untuk menjadi literate adalah memiliki akses ke struktur budaya, ekonomi dan politik masyarakat. Ketiga, model pemberdayaan intelektual berpendapat bahwa literasi tidak hanya keterampilan untuk menangani teks dan angka dalam konteks budaya dan ideologi tertentu, tetapi membawa pengayaan yang mendalam dan akhirnya memerlukan transformasi dari kapasitas pemikiran manusia. Pemberdayaan intelektual ini terjadi setiap kali manusia memperkaya dirinya dengan perangkat kognitif baru, misalnya menulis dengan perangkat teknis baru, yang telah dipermudah dengan adanya teknologi digital.

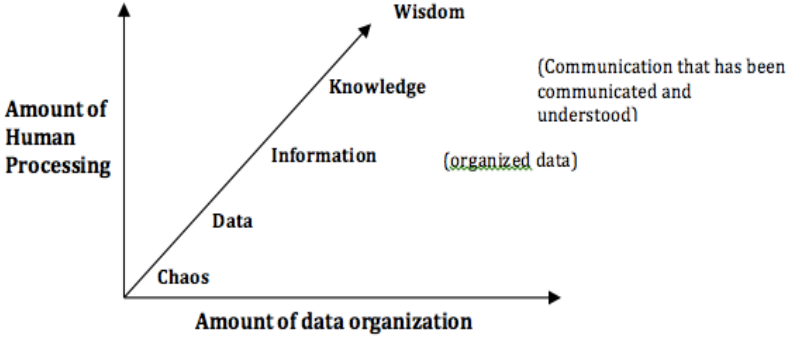
Pemahaman tentang literasi tak hanya ditakar pada kemampuan membaca dan menulis saja, melainkan juga memaknai dan memahami setiap informasi yang dikonsumsi dan menerapkannya dalam kehidupan. Oleh beberapa tokoh komunikasi seperti Allan Martin menilai bahwa literasi adalah kesadaran, sikap, dan kemampuan untuk mengidentifikasi, mengolah, serta membangun pengetahuan baru melalui media. Maka, literasi media oleh Martin dijelaskan dalam gambar 1.



Gambar 1 'Tingkatan dalam literasi digital' (Martin, 2008)

Pada tingkatan pertama literasi diukur pada hal-hal yang bersifat kompetensi teknis. Selanjtnya pada tingkat kedua, literasi dilihat dari pertimbangan kontekstual, dan terakhir, literasi dilijat dari proses refleksi kritis tentang pemahaman dan dampak yang dimunculkan dari setiap informasi yang dikonsumsi. Gambaran di atas menunjukkan bagaimana proses literasi media dilakukan secara bertahap sampai pada tahapan tertinggi.

Pada saat masyarakat telah mencapai tahapan tertinggi dari proses literasi, maka lahirlah individu yang selektif dan bijak dalam mengkonsumsi sebuah berita, sebagamana dalam gambar 2.



Gambar 2 'Chaos–Wisdom Continuum' (Green, 2002)

Gambar 2 menujukkan keterkaitan hubungan antara literasi media dengan sikap dan perilaku manusia. Saat literasi media belum dianggap sesuatu yang penting dan berpengaruh kehidupan masyarakat, maka yang ada adalah kondisi kacau balau (*chaos*). Masyarakat bergerak bebas sesuai yang diinginkan. Kemudian kesadaran akan pentingnya literasi itu muncul, maka manusia mulai mengumpulkan segala sesutu (data) yang dianggap penting.

Dari data-data yang telah terkumpul dan dirangkai maka manjadilah sebuah informasi (*Information*) yang terangkai dalam sebuah literasi. Literasi yang tersebut dianggap sebagai sebuah ilmu pengetahuan. Semakin banyak masyarakat yang tercerdaskan, maka ilmu pengetahuan yang didapat pun semakin berlimpah. Terwujudlah sebuah harmoni dalam hubungan antar manusia. Masyarakat yang rendah wawasan dan pengetahuan cenderung lebih mudah diarahkan pada perilaku amoral dan anarkis. Inilah mengapa literasi media menjadi sangat penting (Green, 2002).

Simpulan

Dari berbagai penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa urgensi literasi media di tengah sinisme antarsuku, agama, ras dan antargolongan merupakan tanggung jawab industri media yang harus dikuatkan dengan penguatan kapasitas pengetahuan masyarakat tentang isi, dampak, dan produksi media. Sehingga, dampak dari sajian media yang bermuatan konflik dan sinisme suku dan antar golongan dapat diminimalisir.

Disamping itu upaya penyadaran kepada masyarakat, diperlukan upaya yang sistematis melalui pendidikan, baik formal maupun non formal. Apalagi jika pendidikan literasi bisa masuk kurikulum sekolah, hal itu akan sangat bermanfaat bagi generasi yang akan datang. Dengan begitu, maka generasi ke depan akan selalu dapat memilah dan memilih informasi yang didapatkan, baik dari media konvensional maupun media online.

Referensi

Armando, A., Abubakar, I., & Muchtadlirin. (2011). *Media dan integrasi sosial: jembatan antar umat beragama*. Jakarta: Center for The Study of Religion and Culture.

Austin, E.W., & Meili, H.K. (1994). Effects of interpretations of televised alcohol portrayals on children's alcohol beliefs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *38*(4), 417–435. https://doi.org/10.1080/08838159409364276.

Bimo, N., & Eriyanto, S.F. (1999). *Politik media mengemas berita*. Yogyakarta: Institut Studi Arus Informasi.

Blommaert, J., & Verschueren, J. (2002). *Debating diversity*. USA and Canada: Taylor & Francis.

Buckingham, D. (1998). Media education in the UK: Moving beyond protectionism. *Journal of Communication*, *48*(1), 33–43. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02735.x

Bungin, B. (2008). *Konstruksi sosial media massa: Kekuatan pengaruh media massa*. Jakarta: Kencana.

David, C., & Hoynes, W. (2003). *Media society* (3rd ed.). London: Pine Forge Press.

Euwema, M., & Verbeke, A. (2009). Negative and positive roles of media in the Beligian conflict: a model for de-escalation. *Marq. L. Rev 93*(1), 139-170.

Gilboa, E. (2009). Media and conflict resolution: a framework for analysis. *Marquette Law Review, 93*(1), 139-170. https://doi.org/10.1097/ANS.0000000000000109.

Green, L. (2002). *Communication, technology, and society*. London: SAGE Publications.

Greenwood, K., & Jenkins, J. (2015). Visual framing of the syrian conflict in news and public affairs magazines. *Journalism Studies*, *16*(2), 207–227. https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.865969.

Griffin, M. (2004). Picturing America's "war on terrorism" in Afghanistan and Iraq: Photographic motifs as news frames. *Journalism*, *5*(4), 381–402. https://doi.org/10.1177/1464884904044201.

Guntarto. (2011). *Perkembangan literasi media di Indonesia*. Yogyakarta.

Kemekominfo. (2015). *Pengguna internet capai 82 juta*. Jakarta.

Kubey, R. (1998). Obstacles to the development of media education in the United States. *Journal of Communication*, *48*(1), 58–69.

Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat, P. (2007). *Jurnalistik teori dan praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Makhortykh, M., & Sydorova, M. (2017). Social media and visual framing of the conflict in Eastern Ukraine. *Media, War & Conflict*, 175063521770253. https://doi.org/10.1177/1750635217702539

Martin, A. (2008). Digital literacy and the digital society. In Lankshear, C., & Knoble, M (Eds). *Digital literacies: concepts, policies, and practicies* (pp. 151–176). Switzerland: Peter Lang Publishing . https://doi.org/10.1093/elt/ccr077

Nelson, T.E., Clawson, R. A., & Oxley, Z. M. (1997). Media framing of a civil liberties conflict and its effect of tolerance. *American Political Science Review*, *91*(3), 567–583.

Potter, J.W. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. London and New York: SAGE Publications.

Sabili, E. M. (2011). Ahmadiyah bukan Islam. *Majalah Sabili*, 53–54.

Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2015). Intervening in the media's influence on stereotypes of race and ethnicity: The role of media literacy education. *Journal of Social Issues*, *71*(1), 171–185. https://doi.org/10.1111/josi.12103

Severin, W.J., & Tankard, J.W.(2010). *Communication theories*. (Priscilla McGeehon, Ed.) (5th ed.). New York: Addison Wesley Longman.

Wirawan, S. (2006). *Psikologi prasangka*. Jakarta: Grafindo Persada.

Dramaturgi Komunikasi Dakwah Para Da'i di Kota Ambon: Pola Pengelolaan Kesan di Panggung Depan

Sulaeman[1] - sulaeman@iainambon.ac.id
Irta Sulastri[2] - irta_sulastri64@yahoo.com
Ali Nurdin[3] - ali.nurdin@uinsby.ac.id

Abstract: This article discusses the pattern of impression management carried out by the *da'i* on the front stage in an effort to improve the quality of message transformation to *mad'u*. Through a good impression management, the persuasion process occurs which allows the conveyed messages to be well received by *mad'u* with fullly awareness, not by force. Using dramaturgy approach, researchers conducted participatory observation and in-depth interviews towards 15 da'is in Ambon City who were chosen purposively. This study has revealed that during proselytizing, the *da'is* manage the impression on the front stage by utilizing verbal and nonverbal communication through the management of situational, planned, and spontaneous impressions.

Abstrak: Artikel ini membahas pola pengelolaan kesan yang dilakukan para da'i di panggung depan *(front stage)* dalam meningkatkan kualitas transformasi pesan kepada para *mad'u*. Melalui pengelolaan kesan yang baik, terjadi proses persuasi yang memungkinkan pesan yang disampaikan diterima secara baik dengan penuh kesadaran, bukan dengan paksaan. Melalui pendekatan dramaturgi, peneliti melakukan observasi terlibat dan wawancara mendalam terhadap 15 da'i di Kota Ambon yang dipilih secara purposif. Penelitian ini menjelaskan bahwa dalam berdakwah, para da'i mengelola kesan di panggung depan dengan cara komunikasi verbal dan nonverbal melalui pengelolaan kesan situasional, terencana, dan spontan.
Kata Kunci: Da'i, pengelolaan kesan, dramaturgi, panggung depan

[1] Dosen Institut Agama Islam Negeri Ambon
[2] Dosen Universitas Islam Negeri Padang
[3] Dosen Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Pendahuluan

> "*Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung*" (QS.3, Ali-Imran:104).

Ayat di atas telah diwahyukan oleh Allah Swt., kepada Nabi Muhammad Saw., sebagai pijakan bagi umat Islam untuk melakukan dakwah agar manusia mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Dalam berdakwah, da'i seyogyanya mampu menyelami perasaan dan logika jama'ah sehingga dapat dengan mudah mengemas pesan-pesannya agar berdaya panggil kuat dan berwibawa pada jiwa jama'ah. Menyampaikan pesan ajaran agama secara bijak dan damai, melakukan perubahan melalui kesadaran, bukan paksaan, disampaikan dengan cara persuasif, itulah salah satu fungsi dakwah, namun realitas sosialnya seringkali tidak seperti itu. Pesan dakwah seringkali belum mampu membuka pemikiran dan kesadaran umat. Pesan agama mestinya dilaksanakan dengan simpatik dan rasional, namun realitasnya menunjukkan masih banyak orang Islam ber*taqlid*, akibatnya umat Islam masih belum mampu berpikir kritis. Ini tidak dapat dipungkiri bahwa da'i sering kali berhadapan dengan fenomena tertentu, yakni kurang tercapai tujuan akhir dakwah yakni "sebuah perubahan" mendapatkan keridhaan Allah Swt.

Untuk mencapai tujuan ini, da'i harus menggunakan teknik-teknik dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Teknik dekonstruksi dalam berdakwah dengan mengelola dirinya agar bersinergi dengan para jama'ah. Goffman (dalam Mulyana 2010, hlm. 112) menyatakan bahwa ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain, dia ingin menyajikan suatu gambaran yang akan diterima orang lain. Upaya ini disebut "pengelolaan kesan," yakni teknik-teknik digunakan pelaku untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Upaya dilakukan da'i berdakwah untuk "memupuk kesan" membekas dan atau dapat diterima pada jama'ah.

Gambaran diri yang ditampilkan da'i dalam berdakwah, sesuai konsep Goffman, menjadi rujukan pengelolaan kesan, baik pesan komunikasi verbal maupun nonverbal. Da'i berdakwah dapat menampilkan diri secara permanen maupun situasional dengan lingkungan sosial. Tampilan sosok diri sebagai identitas secara sengaja dilakukan agar dapat diterima saat berdakwah. Dalam perspektif komunikasi, identitas da'i dibentuk melalui komunikasi dengan para jama'ah, seperti ungkapan Burns (1979, hlm. 24) *"... a subjective sense of an invigorating sameness and continuity*." Identitas dimiliki, bentukan dihasilkan melalui sejumlah interaksi dan komunikasi dengan para jama'ah. Interaksi tersebut sangat situasional ditentukan oleh kapan, di mana, dan pada acara apa serta dengan siapa mereka berhadapan.

Dalam menampilkan dirinya, da'I bergantung pada kemampuan memaknai situasi dan kemampuannya memunculkan cara atau teknik yang sesuai dengan situasi muncul. Kemampuannya dapat dijadikan kerangka rujukan, seperti kepribadian terpuji, kecakapan, kelebihan ilmu dan kemampuan menguasai jama'ah. Menurut Ilaihi (2010, hlm.180) bahwa da'i harus memiliki kompetensi, karakter, orientasi, kharisma, dinamika, dan jiwa sosial. Da'i yang bertugas menyampaikan nilai-nilai Allah Swt, niscaya harus mengkonstruksi kredibilitas diri. Membekali diri dengan keilmuan, keahlian, integritas kepribadian, dan sikap mental lainnya. Da'i yang baik harus mampu menyampaikan pesan agama kepada jama'ah sesuai dengan tingkat kecerdasan akal pikirannya. Jama'ah dapat dengan mudah menerima pesan agama dan tujuan dakwah dapat tercapai. Tindakan penyampaian pesan agama berhubungan langsung dengan jama'ah, digerakkan tampilan diri da'i.

Realitas pengalaman dialami da'i dalam berdakwah di Kota Ambon dapat menentukan pola-pola dan teknik tersendiri bagi dirinya yang diproyeksikan melalui pengelolaan kesan, baik ucapan maupun tindakan yang muncul sesuai dengan situasi dan kondisi atau setting dakwah dihadapi. Pengelolaan kesan memiliki kekhasan dan atau keunikan tersendiri yang bisa muncul berdasarkan sudut pandang da'i.

Ini menarik dilakukan penelitian yang terfokus pada "Bagaimana dramaturgi da'i berdakwah," di mana da'i menampilkan kesan secara verbal maupun nonverbal pada panggung depan dengan pertanyaan

masalah adalah "Bagaimana da'i berdakwah di Kota Ambon, mengelola kesan pada panggung depan dengan komunikasi verbal maupun nonverbal ditampilkan dalam proses komunikasi dakwah yang dialami dengan para jama'ah.?" Da'i membangun interaksi dalam proses komunikasi dakwah dengan pengalaman diri dialami masih mendapatkan cemohan, hinaan, ejekan dari lingkungan multikultural. Lingkungan memperlakukan mereka dengan sikap apatis, kurang penerimaan, pengakuan, dan kurang di hargai dalam berdakwah.

Tinjauan Pustaka

Penelitian kuantitatif-statistik berbeda dengan penelitian "kualitatif-subyektif" (Creswell, 1998). Untuk mengeksplorasi individu dengan interpretasi da'i berdakwah dan interaksi sosial dengan para jama'ah, peneliti menggunakan perspektif "interpretatif" (dalam Denzin dan Lincoln, 2005, hlm. 150-151), yakni perspektif tindakan sosial dan dramaturgi. Tindakan sosial (dalam Max Weber, 1864-1920), tindakan manusia memiliki makna subjektif bagi pelakunya (Kuswarno, 2009). Menurut Goffman (dalam Mulyana, 2010, hlm. 114) pendekatan dramaturgi merupakan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Untuk itu, setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain.

Kedua perspektif teori ini menjelaskan bahwa da'i melakukan interaksi sosial dalam proses komunikasi dakwah dengan jama'ah dengan mengelola kesan pada panggung depan dan menentukan tujuan mereka sendiri melalui komunikasi verbal maupun nonverbal. Proses komunikasi pada gilirannya akan melibatkan proses pemaknaan terhadap komunikasi verbal dan nonverbal. Pesan komunikasi verbal berhubungan dengan persepsi dan pemberian serta pernyataan makna (Mulyana, 2010). Menurut Samovar dan Porter (dalam Mulyana, 2007, hlm. 351) bahwa

komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam setting komunikasi dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan, memiliki nilai pesan potensial bagi pengirim dan penerima. Bagi Goffman, permainan peran sosial dalam pengelolaan kesan, biasanya para aktor menggunakan komunikasi verbal dan menampilkan tindakan komunikasi nonverbal secara tertentu.

Penggunaan perspektif Max Weber (1864-1920), tindakan sosial berhubungan langsung dengan tindakan manusia. Penggunaan perspektif tindakan sosial, tindakan ini digerakkan oleh tampilan diri da'i sebagaimana diungkapkan oleh Goffman (1922-1983) bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang diharapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya (Mulyana, 2010). Untuk itu, setiap da'i berdakwah melakukan pertunjukkan bagi para jamaa'ah."Upaya ini disebut pengelolaan kesan, yakni teknik-teknik digunakan pelaku untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Asumsi teori ini, menjelaskan bagaimana da'i mengelola kesan pada panggung depan dengan para jama'ah. Pandangan Goffman (dalam Mulyana, 2006, hlm.117), tidak terlepas dari gagasan Cooley dengan "*the looking-glass self*," cara individu membangun peran dalam interaksi sosial bergantung dari pola persepsi. Pola persepsi itulah menentukan persepsi diri dan persepsi diri itulah digunakan mereaksikan dirinya pada lingkungan. Persepsi diri da'i dalam berdakwah dibangun melalui interaksi sosial dan proses komunikasi dengan para jama'ah. Da'i berdakwah akan merasa diri sebagai "seperti apapun," lantaran mereka mempersepsikan dirinya atas dasar hasil persepsinya terhadap persepsi jama'ah atas dirinya. Persepsi diri inilah menjadi landasan bagi pemunculan makna subjektif dari setiap tindakan dilakukan oleh da'i.

Aspek perspektif interpretatif, da'i dapat memberikan tampilan diri tertentu dan berinteraksi dengan para jama'ah. Perspektif interpretatif dianggap sesuai dan lebih holistik untuk meneliti keunikan interaksi da'i dengan mengelola kesan dalam proses komunikasi secara subjektif, seperti hasil penelitian dari al-Faruqi (1976), Haron (2006), Poston et.al (1991), dan Adam, et.al (2014). Hasil penelitian di Indo-

nesia mengenai komunikasi berdasarkan teori tindakan sosial meliputi Bukhari (2009) meneliti dakwah ahlulbait kajian kang Jalal; Ma'arif (2009) meneliti pola komunikasi dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat dalam membina kehidupan beragama jama'ah–nya di Bandung; dan Ujan Mahadi (2012) meneliti komunikasi dakwah kaum migran-studi komunikasi antar budaya dengan pendekatan fenomenologi pada da'i kaum migran dalam dakwah Islam di Kota Bengkulu.

Berdasarkan perspektif interpretatif, da'i berdakwah memiliki pengelolaan kesan diasumsikan sebagai realitas subjektif. Dalam konteks ini, interaksi dan komunikasi dapat dihubungkan dengan tampilan diri, kepribadian diri, kepercayaan, dan nilai-nilai sosial-budaya. Hal ini sangat menarik untuk diteliti guna mengetahui bagaimana subjek penelitian adalah da'i berdakwah mengelola kesan pada panggung depan dengan tampilan melakukan interaksi dalam proses komunikasi dengan para jama'ah.

Metodologi

Studi ini menggunakan metode kualitatif interpretatif subjektif dengan pendekatan dramaturgi. Penelitian ini melibatkan lima belas subjek, meliputi tiga belas laki-laki dan dua perempuan sebagai da'i yang dipilih secara purposif, yaitu dipilih berdasar pertimbangan dengan tujuan tertentu. Dalam hal ini informan yang dipilih berdasarkan; mereka yang terlibat langsung dalam berdakwah, berdomisili di Ambon, populer atau terkenal di kalangan jama'ah, memiliki jadwal berdakwah pada setiap ahad secara terjadwal, telah memiliki pengalaman berdakwah minimal sepuluh tahun. Da'i yang terpilih sebagai informan tak dibedakan latar belakang dan tingkat pendidikan serta kecenderungan pemahaman atau fanatisme keagamaan.

Sesuai dengan saran Creswell (1998, hlm. 111-112), peneliti menggali pengalaman diri da'i dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan pengama-

tan partisipatif, serta mencari data penunjang penelitian yang diperoleh dari pihak-pihak yang relevan untuk memperoleh data di lapangan. Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat untuk membuat kategori tindakan, mengamati gejala, dan merekam dan mencatat tuturan informan dengan menggunakan media seperti catatan notes, kamera dan tape recorder. Kemudian untuk melengkapi data diperoleh melalui informan, peneliti akan mewawancarai para jama'ah, pengurus pengajian-masjid dan teman-teman sesama da'i yang dapat memberikan data yang dapat dipercaya. Perlakuan ini dilakukan untuk memperoleh kelengkapan informasi sekaligus dapat berfungsi sebagai verifikasi terhadap data dikumpulkan dari informan kunci. Tujuannya, untuk memperoleh gambaran secara utuh dan menyeluruh mengenai panggung depan pengelolaan kesan da'i berdakwah.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian terhadap 15 da'i yang menjadi subyek studi ini menyatakan bahwa tindakan komunikasi da'i dalam mengelola kesan di depan panggung depan dapat dibagi menjadi tiga, yakni pengelolaan kesan situasional, terencana, dan spontan.

Pengelolaan Diri Kesan Situasional

Tampilan diri da'i berdakwah pada panggung depan dengan bahasa verbal maupun nonverbal pada pengelolaan diri kesan situasional, kecenderungannya berdakwah pada bagian terbuka dan bagian semi terbuka.

Bahasa Verbal. Tampilan diri pengelolaan bahasa verbal sebagai bentuk komunikasi percakapan, menggunakan kata-kata, dan intonasi untuk menyampaikan makna baik secara lisan maupun tulisan pada pihak penerima pesan. Bahasa sebagai media pesan digunakan da'i berdakwah, pengelolaan diri pada kesan situasional tergantung dari ja-

ma'ah diajak berdakwah, seperti penggunaan bahasa disesuaikan dengan bahasa yang digunakan jama'ah. Jika jama'ah melakukan sapaan atau bercerita menggunakan bahasa Indonesia atau dialek bahasa Ambon, maka da'i menyesuaikan dengan bahasa yang digunakan para jama'ah. Kesemuanya, agar tampilan diri kesan pada panggung depan dapat diterima dengan baik oleh para jama'ah.

> *"Beta sebenarnya menunjukkan sikap humoris kalau bacarita, …beta mau para jama'ah menerima bacarita dakwah yang beta sampaikan, misalnya penyesuaian diri cara bacarita dengan jama'ah. Kalau memakai bahasa Ambon jama'ah yang satu suku dengan beta, maka beta lebih menggunakan bahasa Ambon. Tapi kalau beragam suku, maka beta suka menggunakan bahasa Indonesia campuran Ambon"* (Usman).

> *"Sekarang beta sudah akrab dengan jama'ah masjid di tempat kerja. Makanya selalu berdakwah dengan bacarita bahasa Indonesia dialek Ambon. Bahasa Indonesia sering juga gunakan dalam menyampaikan isi pesan dalam berdakwah tapi dialek Ambonnya masih kelihatan terus, hehehehe…"* (Budi).

Pesan verbal di saat berdakwah secara terbuka dengan semaksimal mungkin mengikuti gaya bahasa yang digunakan jama'ah, kecenderungannya menggunakan dialek bahasa Ambon untuk mengakrabkan diri dengan jama'ah, seperti sapaan khas dialek bahasa Ambon menyapa jama'ah yang kebetulan bertemu "*abang baik-baik tooo, …* (Alimudin)," memberikan syarat sapaan terbuka menanyakan kabar dengan diajaknya berkomunikasi. Pengelolaan kesan pada panggung depan ditampilkan sangat ekspresif, agar da'i cepat menyesuaikan diri dengan jama'ah dan dapat mengakrabkan dirinya melalui bahasa verbal dengan maksud agar cepat diterima.

Bahasa verbal disesuaikan dengan bahasa digunakan jama'ah, seperti menyapa mengunakan bahasa Indonesia dialek Ambon. Pengelolaan kesan ditampilkan da'i sangat situasional, melihat situasi dan kondisi objek dakwah, karena tidak mungkin jama'ah itu berada pada posisi tingkat kecerdasan yang sama. Sebagaimana hadis Nabi Muhammad SAW "*Khatibun al-naas 'ala qadri 'ukulihim*" (berkomunikasilah

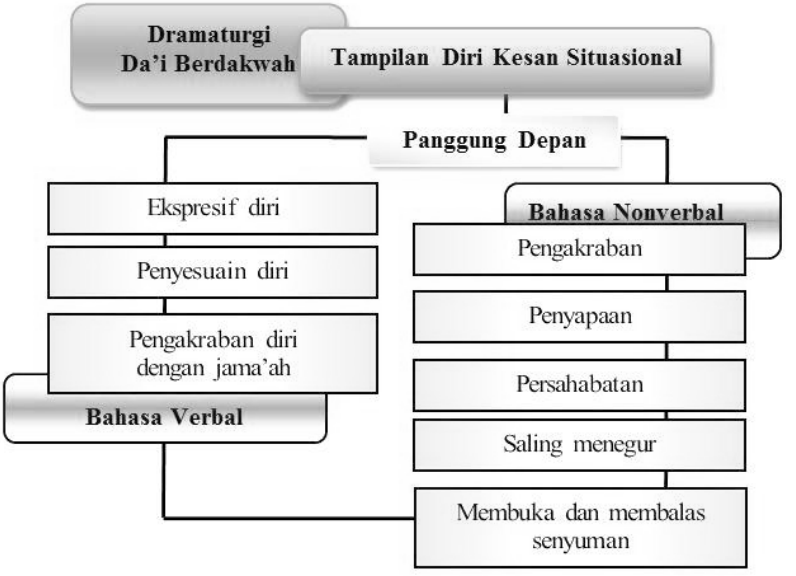
kamu sesuai dengan kondisi kecerdasan akal pikiran mereka). Konsep seperti ini sesuai pandangan Aristoteles (West dan Turner, 2007, hlm.7), bahwa pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak mereka. Mempertimbangkan jama'ah, dimaksudkan da'i dalam rangka menyampaikan pesan berupa gagasan atau ide yang diperlukan sebagai pertimbangan terhadap faktor budaya yang berkembang, kondisi sosial-ekonomi, tingkat pendidikan serta usia khalayak sebagai penerima dakwah.

Bahasa Nonverbal. Bahasa nonverbal sebagai bentuk percakapan tanpa kata-kata. Bahasa verbal, pesan-pesan diekspresikan secara sengaja atau tidak sengaja melalui gerakan, tindakan, suara-suara atau vokal yang berbeda dari penggunaan kata-kata dalam bahasa. Bahasa nonverbal da'i berdakwah, seperti tampilan diri diperlihatkan bersifat situasional atau temporer. Tampilan diri ketika berhadapan dengan pengundang dan jama'ah yang dijumpainya atau saat berdakwah menyampaikan isi pesan dakwah dengan menampilkan dirinya menggunakan bahasa nonverbal. Da'i berdakwah mengelola kesan nonverbal, dilakukan dengan nada suara terdengar keras, ekspresi wajah tegang untuk menutupi kemarahan hatinya, dan sebelumnya melakukan sentuhan yakni mengangkat tangan sembari membuka diri.

> *"Sebenarnya beta bacarita dengan pengundang atau jama'ah dalam berdakwah kadangkala dengan suara terdengar keras, tidak malu-malu. Namun di saat beta bacarita diawalnya ekspresi wajah tegang. Biasanya dalam menyampaikan isi bacarita, kebiasaan tangan di angkat untuk lebih mengakrabkan diri dengan para jama'ah."*

Tampilan diri da'i berdakwah dengan cara mengakrabkan diri, selalu memulai saling menegur atau menyapa terlebih dahulu, membuka dan membalas senyuman atau melambaikan tangan simbol persahabatan jika kebetulan bertemu dengan jama'ah dari jarak agak jauh. Simbol keterbukaan sejak awal ditampilkan, memperoleh balasan isyarat kurang menyenangkan tetapi tampilan nonverbal tersebut secara situasional ditampilkannya pada panggung depan merupakan bagian

penampilan da'i secara teratur bagi mereka untuk menyaksikan penampilan itu. Bentuk komunikasi nonverbal dalam zona semi terbuka dengan para jama'ah adalah suara terdengar sebagai isyarat dan gerakan tubuh, ekspresi wajah dan jarak personal atau tidak menjaga jarak komunikasi sehingga hubungan personal dapat meningkatkan ke arah hubungan humanis.



Gambar 1
'Dramaturgi da'i berdakwah dalam menampilkan diri kesan situasional'

Pengelolaan Diri Kesan Terencana

Upaya da'I menampilkan diri melalui tindakan komunikasi untuk memperoleh hasil tertentu yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan atau sudah dipraktikkan sebagaimana temuan dikategorisasikan sebagai pengelolaan diri akrab, terkesan, empati, dan humoris.

Akrab. Mengakrabkan diri da'i, suatu tindakan komunikasi selalu dilakukan dan dijadikan suatu kebiasaan dalam berdakwah, harus pandai menyesuaikan diri atau melakukan penyesuaian terhadap setting tempat. Mengakrabkan diri melalui pesan komunikasi verbal

maupun nonverbal, seperti menyapa sambil tersenyum, bersalaman saat sampai di tempat acara, serta ada yang berangkulan cium pipi kiri dan kanan "… *jika beta mau ceramah di majelis taklim, dan masuk di ruangan, beta selalu mengucapkan salam dan bersalaman dengan jama'ah dengan wajah tersenyum menghadap kepada jama'ah yang telah menunggu*" ujar Salman. Mengakrabkan diri dalam berdakwah, tindakan komunikasi selalu dilakukannya dan dijadikan suatu kebiasaan dalam berdakwah dan harus pandai menyesuaikan diri dan atau melakukan setting tempat.

> *"Kalau beta memasuki satu majelis pertemuan, baik untuk berdakwah menyampaikan pesan-pesan ajaran agama, sebelumnya harus menyesuaikan diri dengan lingkungan, terutama jama'ah. Ini membantu katong sebagai da'i untuk melihat penerimaan jama'ah kepada katong".* (Susanto).

Interaksi dan komunikasi antara da'i dengan jama'ah ketika sebelum acara dakwah di mulai, melakukan interaksi dengan akrab saling bercerita dan dengan jama'ah yang duduk berdekatan dengannya. Kesan keakraban pada saat menyampaikan pesan melalui sapaan menyenangkan, menggunakan bahasa sederhana, mudah dimengerti jama'ah.

> *"Beta bacarita agama selalu diiringi dengan "rahimakamullah atau yang dirahmati Allah." Kata-kata ini untuk merangkul jama'ah supaya lebih dekat dan lebih menerima penyampaian ajaran Islam. Sapaan-sapaan rahimakamullah, itu termasuk do'a, agar dikasihani Allah SWT".* (Alimuddin).

Pengelolaan kesan terencana dalam rangka mengakrabkan diri dibutuhkan sebagai teknik yang bisa diterima antara da'i dan jama'ah. Da'i mengharapkan pesan-pesan komunikasi ajaran agama Islam bisa diterima, dipahami, dan diamalkan para jama'ah, "*hubungan antara da'i dengan jama'ah harus dibangun terlebih dahulu, diistilahkan "fiqhuddakwah" dinamakan dengan "mawaddah fii lqurba"* (Natsir). *Mawaddah fiil qurba* (jembatan rasa antara penyeru dengan orang yang diseru) tidak hanya tercipta oleh tehnik dan ilmu dimiliki atau oleh kefasehan lidah, namun juga adanya panggilan hati menawan rasa dan akhlak yang menumbuhkan kredibilitas.

Terkesan. Ungkapan ditampilkan da'i di awal penyampaian pesan sebagai pembukaan menarik atau mengesankan. Pesan di pembukaan yang menarik merupakan ungkapan dikategorikan sebagai pengelolaan kesan yang dikonstruksi. Penyampaian pesan ditampilkan memiliki makna pesan komunikasi verbal maupun nonverbal, seperti kata-kata menarik, senyuman menawan, tatapan mata bersahaja, dan intonasi suara mengesankan.

Pengelolaan kesan ditampilkan da'i yang berdakwah sangat beragam, jama'ah memperhatikan pesan dan menunjukkan kesan percaya diri. Dakwah bukan hanya untuk di dengar dan diperhatikan saja, namun terfokus sebagai tuntunan bagi jama'ah dalam melaksanakan perintah agama dalam kesehariannya. Da'i menampilkan diri dengan kesan pada pembuka untuk mengesankan melalui tampilan wajah berseri-seri. Tampilan diri seperti itu, untuk memberikan ilustrasi, membangkitkan perhatian jama'ah dan menyiapkan psikologi jama'ah supaya bersiap menerima pesan. Temuan ini sesuai dengan pandangan Aristoteles dalam West dan Turner (2007:12) "bagian dari strategi organisasi dalam suatu pidato untuk menarik perhatian khalayak menunjukkan hubungan topik dengan khalayak, memberikan bahasan singkat mengenai tujuan pembicara."

Empati. Merasakan apa yang dirasakan individu lain, dengan berempati individu sepertinya berada pada posisi individu lain. Berempati, termasuk salah satu tampilan diri da'i dalam pengelolaan kesan selama berdakwah. Empati ditunjukkan melalui komunikasi verbal maupun nonverbal dengan kategorisasi ketika menyampaikan materi "perintah," da'i memilih kata "*katong*" menunjukkan perintah ditujukan pada jama'ah dan diri pribadi da'i.

Pemilihan kata "*katong*" ditunjukkan da'i menyampaikan pesan "dosa" atau "bersalah" ketika memanjatkan do'a kepada Allah SWT. Pemilihan kata "*katong*" untuk menyatakan bersalah dan berdosa termasuk diri da'i. Pengunaan kata "*katong*" dimaknai "empati" kepada jama'ah. Kata "*katong*" diucapkan da'i menunjukkan kalau memiliki dosa itu tidak hanya jama'ah tapi diri da'i sendiri, da'i tidak mengatakan "saudara." Pesan komunikasi verbal "*katong*" dimaknai "permoho-

nan" ditujukan pada jama'ah dan diri da'i sebagai individu yang tidak luput dari salah dan dosa. Pemaknaan "permohonan" sebagai tampilan diri da'i ditujukan untuk mendekati para jama'ah supaya jama'ah merasa tersentuh hati-perasaan menimbulkan kesan da'i berdakwah.

Pesan nonverbal ditampilkan diri da'i berdakwah, seperti nada agak sendu dan penampilan wajah mencerminkan kesedihan. Tindakan komunikasi dilakukan pada musibah yang terjadi pada jama'ah, seakan-akan diri da'i sendiri mengalami demikian, merasakan derita yang dialami oleh pengundang sebagai tuan rumah. Da'i mengingatkan para jama'ah supaya sabar dan tabah menerima realitas sosial.

Pengelolaan kesan empati, termasuk salah satu tindakan komunikasi sebagai teknik tampilan diri kesan da'i berdakwah. Tindakan komunikasi empati untuk menyampaikan pesan dan sebagai upaya penerimaan dirinya terhadap jama'ah. Begitupun dalam menghadapi jama'ah yang beragam, ada dalam suasana kondisi duka dan suka serta gembira. Untuk memunculkan kesan da'i merasakan penderitaan yang dirasakan jama'ah, bertindak empati melalui komunikasi verbal mau pun nonverbal, seperti dijelaskan dalam al-qur'an "… *seandainya kamu berlaku kasar terhadap mereka tentulah mereka menjauhkan diri dari padamu*" (Q.S.3, Ali-Imran:159). Ayat ini bermakna supaya individu jangan bersikap dan berlaku kasar terhadap diri individu lainnya. Individu dianjurkan dan atau di suruh untuk berlaku lemah lembut kepada individu lainnya supaya mereka merasa senang dengan dakwah. Sejalan dengan realitas sosial masyarakat Islam sekarang, dakwah dibutuhkan adalah "dakwah humanis." Bahwa dakwah yang humanis harus dilakukan dengan strategi komunikasi yaitu dengan berbicara mulia, menyiratkan kata, pesan, cara serta selalu baik dan mulia (Winangsi, 2013).

Tindakan komunikasi empati dengan menguntai kata menghibur para jama'ah, da'i menampilkan dirinya dengan ekspresi wajah. Ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Turner dan Charles (dalam Mulyana dan Solatun, 2008, hlm.23) mengenai pemakaman di Amerika dengan mengungkapkan retorika yang berperan penting dalam pengingkaran kematian orang mati dengan metaphora "*istirahat dengan tenang ke alam dunia lain, kehidupan abadi, bukan sekedar kematian belaka*." Sedangkan da'i dan retorikanya berperan dalam me-

nenangkan para jama'ah dengan merangkai kata-kata terpilih supaya jama'ah bersabar dan menerima realitas sosial yang dialami berupa kematian itu pasti yang akan dihadapi semua individu, bukan dalam mengingkari kematian.

Humoris. Teknik yang ditampilkan da'i berdakwah dengan menyampaikan pesan secara humoris dapat membuat para jama'ah tersenyum dan tertawa. Penyampaian pesan melalui berbagai cara, kadangkala di awal, di tengah, dan di akhir dakwah, sehingga terkesan humor. Humor tidak hanya melalui cerita disampaikan, namun cara menyampaikan yang membuat jama'ah tersenyum dan tertawa. Humor ditampilkan dapat bernuansa sindiran, namun para jama'ah tetap tersenyum dan tertawa mendengarnya, seperti menceritakan orang yang tidak mengetahui cara memakai kopiah ketika shalat, karena ketidaktahuannya itu kopiahnya menutup keningnya, menghalangi keningnya menyentuh tempat sujud. Cara menceritakan memancing tawa jama'ah, menceritakan sambil menggerakkan mulut dan matanya serta badannya seperti komedian. Penyampaian dengan cara seperti itu, terlihat untuk membetulkan cara-cara jama'ah melakukan tindakan shalat.

Humor akan menjadi salah satu daya tarik atau bisa dijadikan teknik menarik perhatian jama'ah. Humor dapat melalui komunikasi verbal maupun nonverbal dan tindakan sengaja dibuat da'i. Humor dapat berfungsi atau berperan hiburan supaya suasana tidak tegang, menarik perhatian jama'ah, agar jama'ah lebih terfokus memperhatikan pesan yang disampaikan. Humor disajikan dengan disertai lawakan dan selalu mempertimbangkan jama'ahnya, misalnya menghadapi remaja bagaimana supaya tidak monoton, tidak membosankan, dan supaya tidak mengantuk.

Tampilan diri da'i, biasanya tidak keluar dari norma-norma yang ada di masyarakat. Selera humor terselip dari berbagai sisi interpretasi, misalnya melalui cerita, kata, maupun cara bertutur kata atau berekspresi. Terkadang tanpa terasa dengan menghadirkan lelucon telah menyampaikan pesan sudah lebih satu jam, namun ketika mau menutup dakwah spontan jama'ah berteriak. Humor dihadirkan untuk simbol verbal maupun nonverbal yang disajikan untuk menghibur,

menjadi daya tarik para jama'ah, supaya suasana tidak kaku dan untuk menguasai panggung depan. Menurut Mulyana (2015:12) bahwa humor sebagai sarana untuk beradaptasi dan mengatasi rasa takut, sehingga kita mampu mengendalikan tantangan yang kita hadapi.

Humor dapat digunakan untuk mengkomunikasikan pesan kepada para jama'ah. Melalui humor, dakwah bukan hanya menyampaikan ajaran Islam semata-mata, namun menghibur sehingga membuat para jama'ah menjadi rileks dan menyenangi dakwah. Humor ditampilkan akan menjadi lebih menarik perhatian supaya jamaah berkonsentrasi menyimak pesan yang disampaikan dan sekaligus dapat mengkonstruksi kesan tertentu antara da'i dengan jama'ah.

Pengelolaan kesan ditampilkan da'i secara humoris dalam menyampaikan pesan sangat diperlukan saat berdakwah sebagai pengontrolan suasana agar jama'ah tetap dapat mempertahankan semangatnya dengan penghadiran lelucon yang sehat. Seperti dikemukakan Dawson (1999, hlm.161) bahwa humor sebagai pembantu bagi pesan persuasif, bisa sangat berharga dengan beberapa alasan, seperti berlaku sebagai pengalih perhatian yang menyenangkan tetapi sedang-sedang saja; mencegah khalayak bosan; mencegah pikiran melayang ke mana-mana; dan membuat keadaan pikiran khalayak bersahabat dan tanggap.

Gambar 2

'Dramaturgi da'i berdakwah dalam menampilkan diri kesan terencana'

Pengelolaan Diri Kesan Spontan

Da'i berdakwah dengan tampilan kesan "spontan" dan atau "tiba-tiba," dimaknai memunculkan kesan tertentu secara tiba-tiba. Pengelolaan diri kesan spontan "kelupaan naskah, ada gangguan tenggorokan, dan di saat menghadapi situasi kurang kondusif." Menghindari supaya da'i tidak grogi, akan melakukan cara dengan berpaling ke arah lain dan atau menyebut "baiklah" ataupun melakukan tindakan komunikasi "pengulangan, diam sejenak dan bergerak ke tempat lainnya. Dari temuan di lapangan dikategorisasikan pengelolaan diri "jargon, bergerak, dan pengalihan masalah."

Jargon. Pengelolaan diri penyampaian "jargon," untuk menyapa para jama'ah dan kadangkala mengulang pesan disampaikan dan memberi bunyi sama pada ujung kalimat disampaikan. Pengulangan memiliki kesan tersendiri bagi da'i, seperti menyapa jama'ahnya, mengulang-ulang kata "*bapak, bapak, bapaak, bapaaaak*," saking seringnya memanggil "bapak" memunculkan gelak tawa jama'ah, da'i hanya tersenyum-tersenyum saja melihat jama'ahnya pada tertawa. Setelah jama-'ah pada tertawa serempak, jama'ah sejenak terdiam, setelah jama'ah tenang, barulah da'i melanjutkan dakwahnya kembali. Pemaknaan pemanggilan jama'ah dengan pengulangan-pengulangan "bapak" tidak terpikir oleh da'i, timbul inspirasi seperti itu, terbiasa dan jama'ah akan menemukan nada perhatian. Jargon ditampilkan, karena terbiasa dilakukan untuk menarik perhatian, supaya jama'ah memperhatikan pesan yang disajikan. Penyampaian jargon terkadang terpancing dengan situasi dan kondisi jama'ah yang kurang kondusif. Jargon ditampilkan bersifat spontan untuk memberi improvisasi pada penyajian pesan. Pengulangan kata sapaan sebagai jargon pengelolaan untuk mengajak para jama'ah mengulang kembali materi ceramahnya, seperti *katong* harus "*ber"iiiiman*," *katong* harus "*iiiikkkhlas*" dalam melaksanakan tugas, *katong* tidak boleh "*luuupa*," sambil da'i mengangkat tangannya ke arah jama'ahnya dan mengajak jama'ah secara bersama-sama mengikuti dan mengulang kata-kata yang disampaikan.

Pesan komunikasi verbal disajikan da'i bermakna "kejelasan dan bersemangat, jama'ah. Baik jargon "sapaan" berulang dan atau peng-

ulangan "akhir" kata ditampilkan, untuk mengkonstruksi kesan bagi jama'ahnya untuk merasa senang, gembira, semangat dan tidak loyo mengikuti dakwah yang disajikan. Penggunaan jargon ditampilkan untuk melihat jama'ah yang kurang serius dan semangat untuk kembali mengikuti dakwah dengan sembari meminta jama'ah mendengarkan pesan-pesan disajikan. Jargon ditampilkan, seringkali mengucapkan "*nah, baiklah, ok*" dalam setiap tahapan penyajian pesan disampaikan, hal tersebut untuk memberi jedah sejenak menjelang masuk kepada segmen berikutnya, kadang sebagai ilustrasi saja.

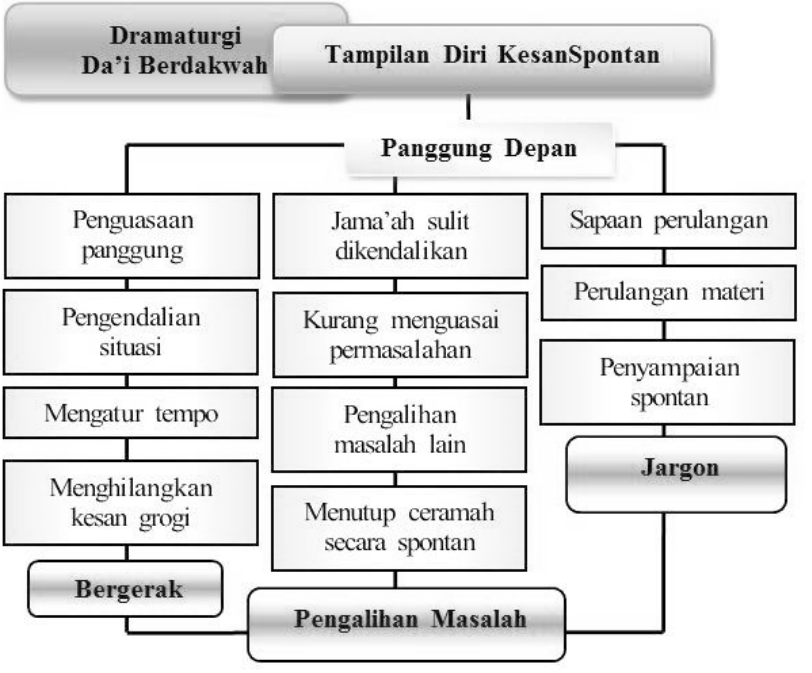
Bergerak. Tindakan komunikasi dilakukan da'i, tidak hanya berdiri atau duduk ditempat telah tersedia, namun bergerak dan berjalan-jalan seperti guru mengajar di kelas, untuk memudahkannya menyampaikan pesan dan juga menguasai panggung depan dalam berdakwah. Tindakan komunikasi secara bergerak dengan berbagai faktor penyebab, di antaranya untuk menguasai situasi, memudahkan penyampaian pesan dan untuk menarik perhatian para jama'ah, seperti menyampaikan pesan dengan cara berjalan, kadang menyempatkan bersalaman dengan para jama'ah.

Da'i mengelola kesan dengan melakukan improvisasi dengan berjalan-jalan menghampiri jama'ah, lebih dekat menyapa jama'ah ke tempat duduknya, diiringi dengan bersalaman. Jarak antara da'i dengan jama'ah terlihat lebih dekat. Tampilan diri seperti itu dimaknai lebih terkonsentrasi dan mudah menyapa, kalau hatinya sudah dekat maka dengan mudah menyampaikan pesan komunikasi ajaran agama Islam dalam berdakwah.

Pengalihan Masalah. Pengalihan masalah ditampilkan diri da'i dalam berdakwah jika kurang menguasai masalah yang sedang ditanyakan jama'ah. Ingin tetap tidak mau kehilangan kredibilitasnya karena ketidakmampuannya menjawab pertanyaan dari jama'ahnya, mencoba menjawab dengan masalah lain yang mirip dan dijawab, namun dengan cara berkelakar serta menutup acara dengan spontan. Pengalihan masalah ditampilkan, seperti tindakan komunikasi pada dialog atau

tanya jawab antara da'i dengan jama'ah. Pertanyaan yang diajukan jama'ah misalnya diluar topik seputar realitas sosial masyarakat.

Interaksi dan komunikasi berlangsung antara da'i dengan jama'ah disertai dengan penjelasan. Hal ini terlihat menjawab dengan cara pengalihan pada masalah lain, da'i tidak memiliki kompetensi keilmuan mengenai pertanyaan jama'ah, tidak ingin kehilangan kredibilitas dihadapan jama'ahnya, menjawab meskipun tidak nyambung dengan pertanyaan yang diajukan para jama'ah. Teknik dan cara menjawab pertanyaan para jama'ah, apakah menjawab pertanyaan jama'ah dengan cara pengalihan masalah pada cerita lain, menutup dakwah dengan spontan, dan atau menjawab pertanyaan dengan senyuman, namun tidak terfokus pada pertanyaan. Kesemuannya ditampilkan sebagai pengelolaan kesan "tidak seperti kehabisan kehilangan akal." Pengelolaan kesan ditampilkan supaya tidak kelihatan grogi dan kewalahan menghadapi suasana yang kurang kondusif.



Gambar 3

'Dramaturgi da'i berdakwah dalam menampilkan diri kesan spontan'

Pengelolaan kesan bersifat spontan ditampilkan dengan penyampaian jargon-jargon, bergerak, dan pengalihan masalah. Penyampaian jargon-jargon dan bergerak terkesan untuk mengatur tempo, menghilangkan kesan grogi dan untuk menguasai situasi. Penampilan berkomunikasi berhadapan dengan situasi sulit, seperti lupa naskah, deman panggung dan atau jama'ah sulit dikendalikan sehingga perlu melakukan tindakan komunikasi untuk mengendalikan jama'ah. Seperti dikemukakan Goffman (dalam Mulyana 2010) bahwa kita kendalikan pengaruh yang akan ditimbulkan tampilan kita, penampilan kita dan kebiasaan kita terhadap individu lain supaya individu itu memandang sebagai individu lain yang ingin kita tunjukkan.

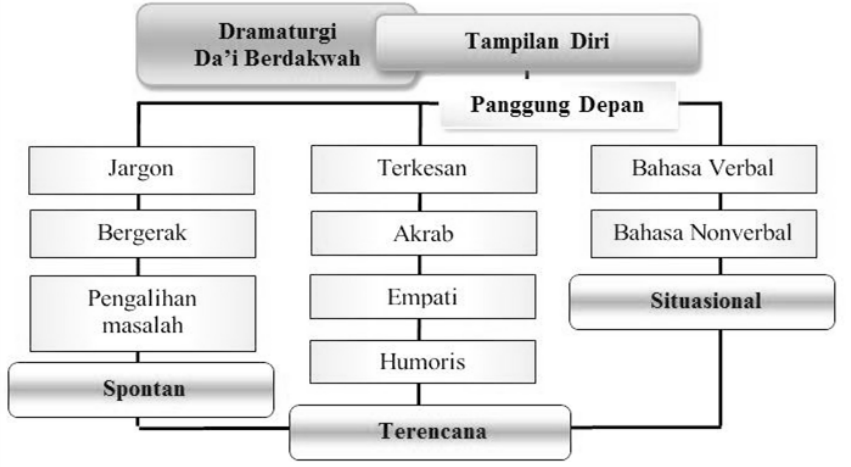
Keterkaitan dengan temuan ini, mengendalikan situasi-situasi sulit yang tidak diperhitungkan sebelumnya, menampilkan diri dengan mengelola kesan dengan cara-cara menampilkan jargon-jargon, bergerak dan berjalan serta terkesan mengalihkan jawaban terhadap masalah lain. Sepertinya tampilan diri da'i tidak ingin kehilangan kredibilitas dihadapan jama'ah, artinya ada usaha supaya tidak grogi atau deman panggung.

Pengelolaan kesan merupakan upaya yang dilakukan aktor untuk "memupuk kesan" dengan tujuan tertentu agar membekas pada individu lain, seperti dakwah menjadi menarik dan tidak monoton. Seperti dijelaskan Mulyana (2010:108-109) bahwa peran dimaksudkan sebagai ekspektasi yang didefinisikan secara sosial yang dimainkan individu dalam suatu situasi untuk memberikan citra tertentu kepada khalayak yang hadir. Keterkaitan dengan ini, da'i dengan menampilkan perannya tersebut serta ingin memberikan tampilan diri supaya diterima oleh jama'ahnya melalui cara menimbulkan kesan bagi jama'ah.

Pengelolaan kesan selama berinteraksi dan berkomunikasi dengan jama'ah ada yang bersifat situasional, direncanakan, dan spontan. Ini berkesesuaian dengan pandangan Goffman (Mulyana, 2010:113), bahwa tindakan komunikasi untuk mempengaruhi individu lain itu sebagai "pertunjukan." Sebagian pertunjukan itu mungkin kita perhitungkan untuk memperoleh umpan balik tertentu. Pengelolaan kesan dapat disesuaikan dengan situasi, direncanakan dan diciptakan seketika itu melalui simbol-simbol verbal maupun nonverbal serta *setting* se-

bagai pendukung penampilan "panggung depan." Pengelolaan kesan dilakukan untuk memupuk kesan tertentu yang tumbuh pada jama'ah atas dirinya yang dilakukan dengan berbagai cara, ini sangat tergantung kemampuan da'i dalam menginterpretasikan situasi dan menyajikan teknik sesuai dengan makna yang diberikan.

Pengelolaan kesan ditampilkan selama melakukan tindakan komunikasi dengan berinteraksi dan berkomunikasi dengan jama'ah bukan dalam rangka memerankan peran lain atau peran ganda, bukan menutupi kelemahan atau kekurangannya, melainkan untuk mempermudah proses penyampaian pesan-pesan komunikasi ajaran agama Islam. Hal ini hingga membuat jama'ah menyenangi dakwah dalam rangka mengendalikan situasi dakwah yang sedang berlangsung. Pengelolaan kesan ini sangat situasional, sangat ditentukan oleh kapan, di mana, dan bentuk acara seperti apa mereka ikuti. Seperti dijelaskan Winangsi (2010:5) bahwa individu harus menganalisis setiap situasi agar mengetahui untuk dan dalam rangka apa tindakan itu dilakukan.



Gambar 4: 'Dramaturgi da'i dalam menampilkan diri kesan spontan, terencana, dan situasional berdakwah'

Pengelolaan kesan ditampilkan da'i selama berinteraksi dan berkomunikasi dengan jama'ah "panggung depan". Ini dilakukan untuk menimbulkan kesan tertentu, untuk menarik perhatian bagi ja-

ma'ah, sebagai hiburan, penampilan tidak monoton, dan memudahkan jama'ah menerima pesan-pesan komunikasi ajaran agama Islam. Pengelolaan kesan ditampilkan sangat bergantung pada kemampuan da'i menginterpretasikan situasi dan kemampuannya memunculkan cara sesuai dengan situasi yang muncul, seperti mengesankan, mengakrabkan diri, humor, dan empati. Sebagai da'i sebaiknya dalam melakukan tindakan komunikasi dakwah layaknya memiliki kemampuan tersebut. Menurut Mulkan (1996, hlm. 24) disebut sebagai kompetensi substansif dan metodologis. Kompetensi da'i tersebut mencakup, sejumlah pemahaman, pengetahuan, penghayatan dan tindakan serta keterampilan tertentu yang harus ada pada diri mereka agar dapat melakukan fungsi dan perannya dengan memadai.

Da'i melakukan tindakan komunikasi dakwah dalam proses komunikasi dengan para jama'ah dan untuk mengelola kesan diharapkan tumbuh pada jama'ah terhadap dirinya. Pandangan Goffman, tidak terlepas dari gagasan Cooley (dalam Mulyana, 2006, hlm.117) dengan "*the looking-glass self*" menyatakan bahwa cara individu membangun peran dalam interaksi sosial bergantung dari pola persepsi. Pola persepsi itulah menentukan cara pandang yang digunakan da'i dalam mereaksikan dirinya pada jama'ah. Da'I akan merasa diri sebagai "seperti apa pun," lantaran mereka mempersepsikan dirinya atas dasar hasil persepsinya terhadap persepsi jama'ah atas dirinya. Persepsi diri inilah menjadi landasan bagi pemunculan makna subjektif dari setiap tindakan dilakukan oleh da'i dalam berdakwah.

Mengartikulasikan komunikasi dakwah bahwa da'i dengan teori tersebut dapat dipahami sedang melakukan proses komunikasi verbal maupun nonverbal dan tidak terlepas dari penilaian para jama'ah. Semua tampilan diri memberikan kesan melalui pesan komunikasi verbal dan nonverbal pada panggung depan terakumulasi menjadi "*stock of knowledge*" yang dilandasi oleh "*frame of referrence*" serta "*field of experience*" da'i dalam aktifitas berdakwah.

Simpulan

Beberapa temuan menjelaskan bahwa pengelolaan kesan di panggung depan yang ditampilkan da'i dalam berdakwah diharapkan muncul pada jama'ah. Pengelolaan kesan dilakukan berdasarkan kemampuan da'i memahami serta menginterpretasikan situasi jama'ah dan kemampuannya mengkonstruksi teknik sesuai dengan situasi yang dihadapi. Hal ini berupa pengelolaan diri berupa kesan; *pertama*, situasi da'i berdakwah yang kecenderungannya dilakukan pada bagian terbuka dan bagian semi terbuka, dikategorikan berupa pesan verbal maupun nonverbal yang dipertunjukkan dalam berdakwah. *Kedua*, terencana yakni dilakukan sebagai upaya menampilkan dirinya melalui tindakan komunikasi untuk memperoleh hasil tertentu yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan atau sudah dipraktikkan. Dikategorisasikan sebagai tampilan kesan, akrab, empati, dan humoris. Ketiga, spontan dengan kategorisasi jargon, bergerak, dan pengalihan masalah, karena bagaimanapun seorang da'i dipandang baik di mata jama'ah.

Da'i sebagai pihak secara langsung terlibat dalam proses penyampaian pesan, untuk tetap memiliki komitmen sebagai konsekuensi seorang *leader* dan pelayan masyarakat dalam hal informasi keagamaan. Sehingga umat Islam yang merupakan segmentasi dakwah, mengharapkan kehadirannya untuk ada bersama mereka.

Lembaga yang berkompeten mengembangkan keilmuan ini, seperti Fakultas Dakwah atau Lembaga Dakwah Islam. Diharapkan temuan ini menjadi bahan pertimbangan untuk menjadi telaah mendalam dalam mewujudkan da'i profesional. Begitu pula pemerintah dan pengambil kebijakan agar mengagendakan pembuatan regulasi bagi kegiatan dakwah, baik dilaksanakan umat Islam maupun pemerintah. Dengan demikian, dakwah pada masa akan datang akan memiliki panduan sebagai pedoman bagi umat Islam.

Referensi

Khaliq, A. (1998). *Metode dan strategi dakwah Islam.* Jakarta: Pustaka al-Kautsar.

Adam, F., Anuar, M.M., & Ali, A.H. (2014). Islamic da'wah in the west. *Poston, L. Theological Studies*. *54*(1), 193-220.

Ahmad, A.S. (2000). *Dakwah-misi dan komunikasi*. Makalah (28 Mei 2000). Lokakarya Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi UNHAS: Makassar.

Al-Faruqi, I. (1978). On the nature of Islamic da'wah. *The International Review of Mission*. *65* (260), 391-406.

Annuar, M. F., & Adam,A.A.H. (2014). The use of blog as a medium of Islamic da'wah in Malaysia. *International Journal of Sustainable Human Development. 2* (2), 74-80.

Arifin, A. (2011). *Dakwah kontemporer: Sebuah studi komunikasi*. Jakarta: Graha Ilmu.

Berger, P.L, & Thomas, L. (1966). *The social construction of reality: A Treatise in the sociology of knowledge*. New York: Anchor Books.

Bukhari. (2009). *Dakwah Ahlulbait Kajian Kang Jalal*. Disertasi. Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah: Jakarta.

Burns, R.B. (1979). *The self concept in theory, measurement, development and behavior.* London: Longman Group Limited.

Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions* . Thousand Oaks: Sage Publication Inc.

Haron, M. (2006). Da'wah movements and Sufi tariqahs: Competing for spiritual spaces in contemporary Southrern Africa." *Journal of Muslim Minority Affairs*. *25* (2), 261-285.

Given, M. L. (2008). *The sage encyclopedia of qualitative research methods (*Vol. 1 and 2). Thousand Oaks: Sage Publication.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self everyday life.* Harmondworth: Penguin.

Ilahi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. PT. Bandung: Remaja Rosdakarya,.

Kusnawan, A. (2004). *Ilmu dakwah (kajian berbagai aspek*). Bandung: Pustaka Bani Quraisy.

Lindlof, T. R. (1995). *Qualitative communication research methods*. California USA: Sage Publications.

Little John, W. S., & Karen, A. F. (2009). *Encyclopedia of communication theories*. University of New Mexico: SAGE Reference Publication.

Ma'arif, S. B. (2010). *Komunikasi dakwah: Paradigma untuk aksi (*Cet.I). Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mahadi, U. (2012). *Komunikasi dakwah kaum migran: Studi komunikasi antar budaya dengan pendekatan fenomenologi pada dai kaum migran dalam dakwah Islam di kota Bengkulu*. Disertasi. Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah: Jakarta.

Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. London: Sage Publications.

Mulkan, A. M. (1996). *Idiologisasi gerakan dakwah: Episode kehidupan M. Natsir dan Ahmad Azhar Basyir.* Yogyakarta: Sipress.

Mulkan, D. (2014). Islamic preaching (da'wa) portrait in television (Indonesian cases)." *The International Journal of Social Sciences. 19* (1), 176-189.

Mulyana, D. (2010). *Metode penelitian kualitatif, paradigma ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

--------. (2015). *Komunikasi media dan masyarakat: Membedah absurditas budaya Indonesia.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Poston, L. (1991). The Future of da'wah in North America. *American Journal of Islamic Social Sciences. 8* (3), 501-528.

Radford, G.P. (2005). *On the philosophy of communication*. USA: Thomson Wadsworth.

Supartra, M. (2003). *Metode dakwah*. Jakarta: Prenada Media.

Syahputra, I. (2007). *Komunikasi profetik: Konsep dan pendekatannya*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Syaiful, M.B. (2008). *Pola komunikasi dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat dalam membina kehidupan beragama jemaahnya di Bandung*. Disertasi. Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah: Jakarta.

Syam & Nina, W. (2010). *Filsafat sebagai akar ilmu komunikasi.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.