



AHI PRESS

MEDIA DAN EKSISTENSI AGAMA

Studi Atas Pengaruh Media Terhadap Sikap Keberagaman
Masyarakat NU Di Banten

Dr. Ilah Holilah, MA.
A.M. Fahrurrozi, S.Psi., MA.

Dr. Ilah Holilah, MA.

A.M. Fahrurrozi, S.Psi., MA.

MEDIA DAN EKSISTENSI AGAMA

Studi Atas Pengaruh Media Terhadap Sikap Keberagaman Masyarakat NU Di Banten

ISBN 978-979-9155-87-97



Dr. Ilah Holilah, MA.
A.M. Fahrurrozi, S.Psi., MA.

MEDIA DAN EKSISTENSI AGAMA
(Studi atas Pengaruh Media terhadap Sikap
Keberagaman Masyarakat NU di Banten)

AYATULLAH HUMAENI INSTITUTE

2021

MEDIA DAN EKSISTENSI AGAMA
(Studi atas Pengaruh Media terhadap Sikap
Keberagaman Masyarakat NU di Banten)

Penulis: Dr. Ilah Holilah, MA.

A.M. Fahrurrozi, S.Psi., MA.

Editor: Dr. Ayatullah Humaeni, MA.

Desain Cover: Nizar

Tata Letak: Romi & Kamal

Cetakan: Pertama, Novemeber 2021

Ukr. 14,8 x 21 Cm ~ vi + 142 Hlm

ISBN 978-979-9155-87-97

Diterbitkan Oleh:

AHI PRESS

*Jl. KH. Sohari, Link Cipare Jaya, Rt/Rw 03/21,
Kelurahan Cipare, Kecamatan Serang, Kota Serang*

Email: ahinstitute123@gmail.com

*© Hak Cipta dilindungi Undang - Undang
(All Right Reserved)*

KATA PENGANTAR

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan dapat dilaksanakan secara baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak. Karena itu sudah sepatutnya peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala *taufik* dan *inayah-Nya*, yang telah memberikan kekuatan kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

Ungkapan terima kasih yang tak terhingga, pertama-tama patut peneliti anugerahkan kepada kedua orang tua dan para guru yang sudah mendidik, membimbing, dan mengajarkan berbagai hal tentang ilmu pengetahuan, yang telah mengantarkan penulis pada cakrawala dunia pengetahuan yang luar biasa luas. Do'a dan support istri dan keluarga juga menjadi pemicu semangat peneliti dalam berkarya.

Selanjutnya peneliti juga menghaturkan terima kasih kepada segenap pimpinan Universitas Islam Banten, Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin. M.Pd. yang telah memberi kepercayaan kepada peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Selanjutnya, ucapan terima kasih juga peneliti haturkan kepada Dr. Hunaenah, M.Pd, sebagai Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Dr. Yanwar Pribadi, MA, selaku Kepala Puslitpen UIN

“SMH” Banten yang sudah mempercayakan kepada peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua dosen UIN “SMH” Banten yang memiliki motivasi dan semangat tinggi untuk belajar dan melakukan penelitian, sehingga peneliti merasa memiliki penerus yang bisa melanjutkan idealisme penelitian peneliti. Hal ini membuat peneliti masih tetap bersemangat untuk terus berkarya dan membagi ide dan gagasan, khususnya terkait dengan budaya.

Selanjutnya, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang sudah membantu terselesaikannya laporan penelitian ini. Para informan di lapangan yang sudah dengan hangat mau berbagi informasi. Juga para Peneliti Muda AH-Institute yang sudah ikut membantu dalam pengumpulan data lapangan. Bantuan dan kerjasamanya yang baik telah memudahkan penulis untuk mengeksplorasi dan menggali data-data dan informasi yang diperlukan.

Allahu ‘alam bi alahawab

Serang, November 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

Kata Pengantar - i

Daftar Isi - iii

BAB I PENDAHULUAN - 1

- A. Latar Belakang - 1
- B. Rumusan Masalah - 5
- C. Tujuan Penelitian - 5
- D. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan - 6
- E. Konsep dan Teori yang Relevan - 8
- F. Sistematika Pembahasan - 13

BAB II KONSEP MEDIA, KOMUNIKASI, DAN SIKAP KEBERAGAMAN - 15

- A. Media dan Perkembangannya - 15
- B. Teori Komunikasi - 26
- C. Sikap Keberagaman - 33

BAB III METODE PENELITIAN - 52

BAB IV MEDIA TELEVISI BERHADAPAN DENGAN OTORITAS TOKOH AGAMA DALAM MEMPENGARUHI SIKAP KEBERAGAMAAN MASYARAKAT - 73

- A. Televisi sebagai Media Komunikasi Elektronik - 73

- B. Karakteristik Media Televisi sebagai Media Massa - 78
- C. Tema-Tema Dakwah di Televisi - 83
- D. Peran Tokoh Agama dalam Membentuk Sikap Keberagamaan Masyarakat - 94
- E. Pengaruh Media Televisi Berhadapan Dengan Peran Tokoh Agama Dalam Membentuk Sikap Keberagamaan Masyarakat - 115

BAB V PENUTUP - 130

- A. Kesimpulan - 30
- B. Saran - 32

DAFTAR PSUTAKA - 133

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Eksistensi agama (Islam) sangat dipengaruhi oleh adanya proses-proses dakwah.¹Istilah ini (dakwah) merupakan pengindonesiaan atau penerjemahan ke dalam bahasa Indonesia dari istilah berbahasa Arab: *da'wah*. Semula, makna *da'wah* ialah menyebarkan pengaruh agama Islam terhadap non-muslim. Belakangan, istilah ini mengalami perubahan makna, sehinggamaknanya bukan lagi semata-mata menyebarkan agama Islam terhadap non-muslim, akan tetapi juga langkah transformasi ajaran Islam ke tengah-tengah khalayak yang telah menganut Islam secara formal. Tujuan dakwah yang terakhir disebutkan ini supaya pemahaman keislaman umat Islam semakin luas dan mendalam, yang berefek pada tingkat ketaatan kaum muslim dalam melaksanakan ajaran Islam.²

Menurut penulis, eksistensi keberagaman orang

¹ Johan Meuleman, "Dakwah. Competition for Authority, and Development," *Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde* Vol. 167, No. 2/3 (2011), pp. 236-269, URL: <http://www.jstor.org/stable/41288763>

² Johan Meuleman, "Dakwah, Competition for authority...", 236.

dalam tradisi di kalangan warga NU³ sudah menjadi turun-temurun diajarkan oleh nenek moyangnya. Mereka dapat mengakses dan belajar agama dari para ustadz atau para kyai yang tinggal di sekitar rumah dan lingkungan tempat tinggal mereka. Peran para kyai dalam mengajarkan agama dan memberikan pandangan-pandangan keagamaan amat banyak mempengaruhi eksistensi keagamaan. Bahkan, biasanya para kyai mempunyai tempat pembelajaran yang disebut pesantren atau paling minimal mempunyai apa yang namanya tempat sholat (mushola) dan langgar.

Keberhasilan kyai dalam memengaruhi dan mengajarkan ajaran-ajaran agama, sehingga eksistensinya terjaga tidak lepas dari kemampuan mereka dalam berkomunikasi. Para kyai melakukan pendekatan dan komunikasi yang persuasif dan intensif didalam berdakwah. Parakyai melakukan komunikasi yang baik sehingga mudah dipahami dan dimengerti oleh masyarakat.

Di masa lampau manakala alat-alat teknologi komunikasi dan informasi modern belum ditemukan dan digunakan banyak kalangan seperti sekarang, kandungan-

³ Muhammad Qasim Zaman, *The Ulama in Contemporary Islam Custodians of Change Series: Princeton Studies in Muslim Politics* Publication Date: February 2007, Pages: 312 Published by: Princeton University Press eISBN: 978-1-4008-3751-9 Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/j.ctt7rh2s>

kandungan ajaran dan makna keislaman biasanya didakwahkan melalui modus-moduskomunikasi dalam pertemuan langsung (*face to face communication*) antara para pendakwah dan pihak-pihak yang didakwahi. Akan tetapi pasca alat-alat teknologi komunikasi dan informasi modern ditemukan dan digunakan, media dakwah bukan saja melalui pertemuan langsung, melainkan juga banyak yang menggunakan media massa modern.

Pesatnya penemuan-penemuan dan penggunaan media massa modern, baik media cetak, audio, audio visual, maupun internet dalam kehidupan kontemporer telah menggiring sejumlah pihak untuk berkesimpulan bahwa media massa berpengaruh signifikan terhadap cara pandang, cara bersikap, dan cara berperilaku masyarakat. Manakala diterjemahkan ke dalam konteks pengaruh media massa terhadap eksistensi agama wabilkhusus ketaatan warga NU (Nahdlatul Ulama) di Indonesia terhadap agama yang dianutnya, maka kesimpulan tersebut akan pula memunculkan kesimpulan turunan bahwa media massa modern berefek atau berpengaruh signifikan terhadap eksistensi agama. Padahal sesungguhnya, kesimpulan semacam ini bukan saja masih layak dipertanyakan, melainkan juga sangat boleh jadi malah patut disanggah.

Dalam beberapa kasus, bahkan keberadaan dan efek media massa terhadap agama malah destruktif.

Misalnya berkenaan efek media massa yang ditumpangi kepentingan kapitalisme⁴ lanjut (*late capitalism*) dan kecenderungan munculnya fenomena hiper-realitas kebudayaan.⁴Tidak sedikit kasus yang menggambarkan kenyataan bahwa banyaknya pencitraan dan iklan di berbagai media massa telah menempelkan berbagai citra keagamaan dalam berbagai produk yang ditawarkan dengan mengeksploitasi hasrat umat Islam sehingga cara beragama menjadi sebatas permukaan alias tanpa kedalaman. Singkat kata, media massa menjual citra keagamaan dalam produk yang diiklankannya, padahal citra keagamaan tersebut bukanlah makna hakiki dari agama itu sendiri. Dalam kasus ini, sulit ditolak bahwa tebaran citra dari media massa dapat mendegradir cara keberagaman umat Islam dari hakikat nilai dan ajaran Islam yang sesungguhnya.

Apalagi jika tebaran efek media terhadap sikap keberagaman masyarakat itu dihadapkan kepada begitu kuatnya pengaruh tokoh agama. Pada masyarakat-masyarakat tertentu, terutama masyarakat tradisional, kepatuhan kepada seorang leader/tokoh panutan menjadi sangat signifikan dalam mempengaruhi

⁴ ⁴Diane Perrons, Understanding Social and Spatial Divisions in the New Economy: New Media Clusters and the Digital Divide Economic Geography Vol. 80, No. 1 (Jan., 2004), pp. 45-61 Published by: Clark University Article Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/30032955>

kehidupan mereka sehari-hari, terutama dalam urusan keberagamaan. Sehingga bisa jadi wawasan keagamaan yang disajikan oleh media televisi, misalnya, tidak terlalu berpengaruh kepada keberagamaan masyarakat.

Penelitian ini ingin membuktikan bahwa keberadaan media massa, terutama media massa modern khususnya media televisi tak memiliki pengaruh signifikan terhadap eksistensi agama. Artinya dalam hal ini, penelitian yang penulis lakukan diarahkan untuk membuktikan bahwa bunyi kesimpulan yang mengatakan bahwa efek media massa sangat signifikan terhadap eksistensi agama tidaklah sepenuhnya benar, bahkan bisa jadi malah merupakan generalisasi yang berlebihan (*over generalization*).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi;

1. Bagaimana karakteristik media televisi sebagai media massa dalam menyiarkan sebuah acara keagamaan?
2. Sejauhmana pengaruh media televisi terhadap sikap keagamaan warga NU di Banten?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui karakteristik media televisi di dalam menyiarkan acara-acara keagamaan.
2. Untuk mengidentifikasi tingkat pengaruh tayangan acara keagamaan di media televisi terhadap eksistensi keagamaan (tingkat kedalaman menganut agama) warga NU di Banten.

D. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian tentang media dan agama sudah banyak dilakukan oleh beberapa penulis, diantaranya adalah: *Pertama*, karya Annazilli yang membahas tentang *Relasi antara Agama dan Media Baru*. Menurutnya, Agama adalah praktik penyembahan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang memiliki aturan yang sudah tetap. Media tidak selalu dapat dijadikan sebagai pemberi otoritas keagamaan. Karena, banyak distorsi fakta yang diciptakan oleh media. Media dan agama memang memiliki relasi yang cukup signifikan. Namun, media tetap tidak dapat dijadikan sebagai agama apapun. Media hanya dapat dijadikan sebagai wasilah dalam penyebaran agama (da'wah).⁵

Kedua, tulisan Syahputra dalam Jurnal *Esensia* yang mengkaji tentang *Agama di Era Media*. Kode Religius dalam Industri Televisi Indonesia. Artikel ini membahas

⁵ M Haqiqi, Annazilli, "Relasi antara Agama dan Media Baru", *Syi'ar*, Vol. 18, No. 2, Juli-Desember 2018), 27-44

tentang membahas relasi agama dan simbol keagamaan dalam era industri media televisi di Indonesia. Untuk menghayati ajaran agama yang bersifat transenden masyarakat membutuhkan berbagai simbol religius. Simbol religius tersebut memuat sejumlah kode yang dapat dibaca secara sosial dan budaya. Televisi sebagai industri memproduksi kode religiusitas tersebut sebagai sebuah komoditas. Komoditas religius kemudian digunakan sebagai strategi untuk memperluas cakupan khalayak penonton. Relasi berbagai kondisi-kondisi tersebut dapat menuju pada satu situasi baru budaya massa dan religiusitas simbolik. Dalam masyarakat massa, agama berubah menjaditontonan bukan tuntunan. Pada bagian hilir, kehadiran agama dalam kehidupan sosial cukup dipraktikkan dengan mengkonsumsi berbagai simbol religius. Kondisi ini menunjukkan hilangnya spritualitas agama. Padahal, agama tanpa spiritualitas hanya menyisahkan ritual.⁶

Ketiga, artikel Wahyuni berjudul “*Agama sebagai Media dan Media sebagai Agama*”. Dalam artikel ini, penulis menyimpulkan bahwa Agama dapat menjadi suatu media integrasi sekaligus juga sebagaimedia yang dapat menimbulkan disintegrasi ditengah-tengah masyarakat.

⁶ Iswandi Syahputra, “*Agama di Era Media. Kode Religius dalam Industri Televisi Indonesia*”, *Esensia*, Vol. 17, No.1, (2016), 125-138

Karena itu, dalam tulisan ini akan mengkajibagaimana formulasi agama sebaiknya dipahami sebagai kerangka nilai, sehingga yang terpentingialah mengimplementasikan nilai-nilai yangdikandung agama itu sendiri, bukan menjadi narasi teksatau simbol-simbol formal yang kaku.

Dan akhirnya kehadiran agama mampu membantu manusiadalam pembentukan moral dan psikologis yang baik. Pada sisi lain juga, kehadiran media padamasyarakat modern, khususnya televisi dan internet yang begitu mempengaruhi perbuatan-perbuatanmanusia modern. Fenomenaini menjadikan media sebagai “agama baru” masyarakat modern.⁷

Selain ketiga tulisan di atas, tentu masih banyak kajian hasil penelitian yang mengupas tentang realsi media dan agama. Namun sejauh ini belum ada yang memfokuskan pada pengaruh media terhadap sikap keberagaman masyarakat Nahdlatul Ulma di Banten. Oleh karena itu, risetini mencoba mengisi kekosongan informasi terkait tema media dan agama.

E. Konsep dan Teori yang Relevan

David K. Berlo dari *Michigan State University* menyebutkan secara ringkas bahwa komunikasi

⁷ Dwi wahyuni, “Agama sebagai Media dan Media sebagai Agama”, *JIA*. Vol. 18, No. 2, (Desember 2017),18-31

merupakan instrumen interaksi sosial yang berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat. Dengan demikian komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Komunikasi diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antar manusia, baik itu sebagai seorang pengusaha, dokter, guru, karyawan, maupun politisi.

Komunikasi sebagai disiplin ilmu mempunyai fungsi dan dapat pula dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara klasik, tujuan komunikasi pada dasarnya untuk beberapa hal berikut ini: 1. Memberi informasi; 2. Menghibur; 3. Mendidik; dan 4. Membentuk opini publik.⁸

Mc Luhan dan Innis⁹ berpendapat bahwa media merupakan perpanjangan pikiran manusia, jadi media yang menonjol dalam penggunaan membiaskan masa historis apapun. Media berat yang kuno seperti gulungan

⁸ Susan M. Strohm, "The Black Press and The Black Community The Los Angeles Sentinel's Coverage of The Watts Riots" dalam Mary S. Mander (Ed.). 1999. *Framing Friction Media and Social Conflict*. Urbana:University of Illinois Press. Hlm 59.

⁹ James W. Carey, 1967, *Harold Adams Innis and Marshall McLuhan*, The Antioch Review Vol. 27, No. 1(Spring, 1967), pp. 5-39
Published by: Antioch Review, Inc. Article Stable URL:
<http://www.jstor.org/stable>

naskah, tanah liat, atau batu yang sangat kuat dan karenanya mengikat waktu (time binding) karena dapat bertahan sangat lama. Tesis Mc Luhan mengemukakan bahwa manusia beradaptasi terhadap lingkungan melalui keseimbangan atau rasio pemahaman tertentu, dan media utama dari masa tersebut menghadirkan rasio pemahaman tertentu yang memengaruhi persepsi.

Levy dalam buku *Cyberculture*¹⁰ memandang bahwa *World Wide Web* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Berbeda dengan pencetus teori Media Baru, John Fiske memandang bahwa internetnya sebagai salah satu medan peperangan bagi terjadinya pertentangan terus menerus atas makna, kenikmatan, pengetahuan, dan kuasa. Fiske tidak setuju dengan sebuah model yang memandang beberapa teknologi media tertentu sebagai kekuatan untuk melakukan dominasi budaya.

Menurut Fiske teknologi-teknologi baru tidak dapat memproduksi perubahan sosial di dalam dirinya sendiri, meskipun berbagai teknologi tersebut dapat dan

¹⁰ Pierre Levy, 1997, *Cyberculture*, Paris: Editions Odile Jacob

memang memfasilitasi perubahan. Dalam bukunya *Television Culture*, Fiske menentang efek media. Menurutnya televisi tidak menyebabkan efek-efek spesifik terhadap individu-individu, namun televisi secara ideologis bekerja untuk mempromosikan dan memilih makna-makna tertentu dibanding makna-makna yang lain, dan lebih melayani kepentingan-kepentingan sosial tertentu dibandingkan dengan kepentingan-kepentingan yang lain.

Munculnya media televisi sebagai media elektronik memberi pengaruh yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat saat ini. Televisi adalah bagian yang menyatu dengan kehidupan sehari-hari dan menjadi sumber umum utama dari sosialisasi dan informasi bagi masyarakat. Bagi Gerbner, dibandingkan media massa yang lain, televisi mendapat tempat tersendiri. Demikian signifikan dalam kehidupan sehari-hari sehingga mendominasi “lingkungan simbolik” kita, dengan cara menggantikan pesannya tentang realitas pengalaman pribadi dan sarana mengetahui dunia lainnya.¹¹

Kata Fiske, kita dapat membuat masyarakat kita menjadi masyarakat yang kaya di dalam keberagaman pengetahuan, namun hanya jika kita semua berusaha keras untuk memproduksi dan menyebarkannya.

¹¹ Denis McQuail.1996. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika. Hlm 38-39. *Op. Cit.*

Teknologi akan selalu terlibat (menciptakan keberagaman pengetahuan) dan, jika potensi teknologi dieksploitasi, kemampuan teknologi untuk memproduksi secara cepat membuat kontrol terhadap pengetahuan menjadi kurang, tidak lebih, efisien.¹²

Fiske menyatakan bahwa media penting, namun perubahan media tidak begitu saja mengatasi (menghilangkan) faktor-faktor lain seperti sosial, budaya, politik, dan ekonomi. Kita bisa membandingkan penekanan Fiske yang skeptis dan hati-hati dengan pernyataan yang lebih berani yang sering kita dengar dari mereka yang percaya bahwa media baru telah melakukan transformasi area pertentangan dan membuat bentuk-bentuk kuasa lama menjadi tidak relevan.¹³

Fiske menentang argumen mengenai “efek media” sepanjang kariernya dan dia akan menolak klaim-klaim yang terlalu mudah mengenai efek “demokratisasi” dari media seperti halnya ia (Fiske) menolak kemampuan media penyiaran untuk melakukan “pencucian otak” terhadap audiens. Fiske mengatakan, “Televisi tidak menyebabkan efek-efek spesifik terhadap individu-individu; namun televisi secara ideologis bekerja untuk mempromosikan

¹² Henry Jenkins, “Mengapa Fiske Masih Penting” dalam John Fiske. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers., *Ibid*.

¹³ Henry Jenkins, “Mengapa Fiske Masih Penting” dalam John Fiske. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. Hlm xiii., *Ibid*.

dan memilih makna-makna tertentu dari fenomena yang ada di dunia, lebih menyebarkan beberapa makna yang lain, dan lebih melayani kepentingan-kepentingan sosial tertentu dibandingkan kepentingan-kepentingan yang lain.”¹⁴

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dan memperjelas pembahasan, laporan penelitian ini akan dibagi dalam 5 (lima) bab dan tiap-tiap bab terbagi dalam beberapa sub bab. Bab pertama adalah pendahuluan berisi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian terdahulu yang relevan, konsep dan teori yang relevan, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua membahas tentang konsep teoritis tentang media, komunikasi, dan sikap keberagamaan.

Bab tiga mengkaji tentang metodologi penelitian, yang berisi pendekatan penelitian, sumber data, dan pola pengolahan data.

Bab empat berisi data-data penelitian dan analisisnya. Dalam bab ini dibahas tentang karakteristik media televisi sebagai media massa dalam menyiarkan sebuah acara keagamaan, Selain itu dideskripsikan juga tingkat pengaruh media televisi terhadap eksistensi

¹⁴ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), Hlm. 9-10.

keagamaan (tingkat kedalaman menganut agama) kalangan warga Nahdlatul Ulama.

Bab terakhir adalah penutup yang berisi kesimpulan dari semua pembahasan yang sudah peneliti bahas dengan mengacu pada rumusan masalah yang menjadi inti masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Dan di akhiri dengan daftar pustaka.

BAB II KONSEP MEDIA, KOMUNIKASI, DAN SIKAP KEBERAGAMAN

A. Media dan Perkembangannya

Media merupakan suatu sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas, dimana media menjadi pusat dari studi komunikasi massa. Media dapat diartikan sebagai organisasi yang menyebarkan informasi berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat.¹⁵ Media juga merupakan kekuatan sosial dan kultural yang hadir di tengah-tengah masyarakat. Denis McQuail menguraikan definisi dan fungsi media sebagai berikut:

- a. Industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain;
- b. Sumber kekuatan (alat kontrol), manajemen, dan inovasi masyarakat;
- c. Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat;
- d. Wahana pengembangan kebudayaan (tata cara), mode, gaya hidup, dan norma;

¹⁵ Drs. Daryanto., Dr. Muljo Rahardjo, ST., M.Pd. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media. Cetakan I, 2016. Hlm. 115.

- e. Sumber dominan pencipta citra individu, kelompok, dan masyarakat.

Peran media dalam membentuk opini public dan mengarahkan opini massa sesuai kepentingannya berkaitan dengan beberapa pendekatan.¹⁶ Adapun pembagian media sebagai komunikasi massa terbagi menjadi tiga bentuk, yaitu:¹⁷

- 1) Media Cetak, contohnya adalah surat kabar;
- 2) Media Audio, contohnya adalah radio;
- 3) Media Audio-Visual, contohnya adalah televisi.

Setiap aspek komunikasi massa adalah bermedia (*mediated*), dan interaksi bermedia berbeda dengan interaksi personal. Ketika definisi komunikasi massa diperluas, menurut Wright (1986) komunikasi massa tidak didefinisikan berdasarkan pencapaian-pencapaian teknologi, tetapi menurutnya dalam komunikasi massa khalayak relatif besar, heterogen, dan anonim bagi sumber. Pengalaman bersifat publik dan cepat, sumber bekerja lewat suatu organisasi yang rumit alih-alih dalam isolasi, dan pesan mungkin mewakili usaha banyak orang yang berbeda. Dan jika dilihat dari penjelasan Wright, yang terpenting dari khalayak adalah ukurannya.¹⁸

¹⁶ Nurani Soyomukti. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. Cetakan I, 2010. Hlm. 198-199.

¹⁷ *Ibid.* hlm. 200-201.

¹⁸ Stewart L. Tubbs., Sylvia Moss. Diterjemahkan oleh Dr. Deddy Mulyana, M.A. *Human Communication (Konteks-konteks*

Analisis dalam media mengenal adanya dua dimensi komunikasi massa. *Pertama*, dimensi ini memandang dari sisi media kepada masyarakat luas beserta institusi-institusinya. Pandangan ini menggambarkan adanya keterkaitan antara media dengan berbagai institusi seperti politik, ekonomi, pendidikan, agama, dan sebagainya. Di dalamnya terdapat teori-teori yang menjelaskan keterkaitan tersebut, mengkaji posisi atau kedudukan media dalam masyarakat dan terjadinya saling mempengaruhi antara berbagai struktur kemasyarakatan dengan media. Dimensi pertama ini merupakan dimensi makro dari teori komunikasi massa. *Kedua*, dimensi yang memandang hubungan antara media dengan *audience*, baik secara kelompok maupun individual. Di dalamnya membahas mengenai teori-teori tentang hubungan antara media-*audience*, terutama menekankan pada efek-efek individu dan kelompok sebagai hasil interaksi dengan media. Dimensi kedua disebut sebagai dimensi mikro dari teori komunikasi massa.¹⁹

Secara kritis, dapat dilihat adanya hubungan ideologis antara media, masyarakat, pemerintah dengan pasar. Media merupakan produk budaya sekaligus sumber pembentukan budaya yang ada dalam masyarakat. oleh

Komunikasi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Cetakan Ketiga, Agustus 2001. Hlm. 198-199.

¹⁹ *Op.cit.*, Drs. Daryanto., Dr. Muljo Rahardjo, ST., M.Pd. *Teori Komunikasi*. hlm. 116.

karena itu pengamatan terhadap media dan hubungannya dengan budaya masyarakat akan selalu memberikan gambaran yang dinamis sejalan dengan perubahan yang terjadi dalam masyarakat.²⁰

Perkembangan media juga menjadi sangat penting dalam sebuah proses demokratisasi berkaitan dengan ruang publik yang dimungkinkan dapat berkembang dalam media.²¹ Adanya perkembangan yang sangat pesat pada industri media, menjadikan kajian media cukup beragam baik dari aspek perspektif, teoritis, maupun fokus-fokus penelitiannya.²²

Dalam analisis teori kritis terkait media, Marx melatarbelakangi pemikiran kritis yang menyatakan bahwa media adalah tempat dimana pertarungan ideology terjadi. Sementara Habermas sebagai salah satu pemikir dari aliran ini menegaskan bahwa media merupakan realitas dimana ideologi dominan, dalam hal ini kapitalisme disebarkan kepada khalayak dan membentuk apa yang disebutnya sebagai kesadaran palsu (*false consciousness*). Kesadaran ini merupakan kesadaran yang terbentuk atas dasar kepentingan kelompok dominan sehingga kepentingan mereka tetap terjaga. Selain itu, Marcuse sebagai pemikir

²⁰ Dr. Eni Maryani, Dra., M.Si. *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Cetakan pertama, Januari 2011. Hlm. 9.

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.* hlm. 10.

kritis juga mengungkapkan bahwa kondisi tersebut terdapat dalam bahasannya tentang manusia satu dimensi. Baginya, manusia satu dimensi adalah manusia yang dalam kehidupannya mengalami kekaburan akan dua kontradiksi yang seharusnya selalu dipahami. Kontradiksi utama adalah adanya kelompok-kelompok dominan yang selalu berupaya menguasai atau menyubordinatkan kelompok lainnya. Dalam kehidupan manusia satu dimensi, perbedaan yang ada dikaburkan begitu rupa sehingga manusia sebagai seorang individu tidak menyadari keberadaan dirinya dalam dua kontradiksi yang terjadi.²³

Sebagai salah satu institusi yang ada di masyarakat, keberadaan media tak lepas dari perkembangan masyarakat itu sendiri. Artinya, untuk memahami bagaimana sebuah media berkembang akan terkait dengan keterkaitannya pada situasi dan kondisi masyarakatnya. Kekuasaan yang menguasai media berimplikasi pada bagaimana khalayak berkembang dengan media di sekitarnya atau yang dibangunnya. Media hadir sebagai institusi yang bergerak dalam ranah publik, maka dari itu seharusnya keberadaan media tidak lepas dari kepentingan publiknya itu sendiri. Segala kepentingan di luar publik terutama yang dominan dapat mendistorsi proses komunikasi, sehingga public teralienasi dari kepentingannya sendiri dan terciptalah kesadaran palsu. Oleh karena itu Habernas melalui proyek

²³ *Ibid.* hlm. 40.

pencerahannya memperjuangkan ruang public yang memungkinkan situasi percakapan yang ideal (*ideal speech situations*).

Perlu terciptanya ruang yang memungkinkan situasi percakapan ideal, kemudian berjaln berkelidn dengan struktur yang berkembang dalam masyarakat. Menurut Habernas, masyarakat kompleks dewasa ini terdiri dari tiga komponen besar, yaitu:

- 1) Sistem Ekonomi Pasar (Kapitalisme);
- 2) Sistem Birokrasi (Negara); dan
- 3) Solidaritas Sosial (Masyarakat).

Merujuk pada ungkapan tersebut, maka keberadaan media dapat dipastikan terkait pada ketiga sistem besar tersbut. Setiap sistem berkaitan satu sama lain dan membentuk kekuatan-kekuatan yang memengaruhi struktur media. Namun kemudian media cenderung lebih berkembang menjadi institusi bisnis atau ekonomi daripada sebagai institusi sosial atau komunikasi. Kecenderungan tersebut menggambarkan betapa kuatnya sistem kapitalisme yang mendominasi.²⁴

Kesadaran akan kuatnya struktur kapitalis tidak dapat diabaikan begitu saja dalam melakukan perlawanan terhadap dominasi yang dirasakan. Untuk menghadapi dominasi, merujuk pada tiga sistem besar yang telah disebutkan maka tidak hanya diperlukan pemikiran

²⁴ *Ibid.* hlm. 41.

tentang khalayak aktif, tetapi juga solidaritas yang dapat membentuk struktur media yang terlepas dari struktur pasar. Maka dari itu resistensi khalayak seharusnya tidak hanya terjadi di level individu ketika mereka mengonsumsi teks, tetapi setidaknya harus merupakan kesadaran bahwa hal itu tidak dapat hanya dilakukan oleh individu akan tetapi harus merupakan kekuatan yang lebih kuat dari sekedar kekuatan individu. Maka untuk menghadapinya resistensi yang dilakukan seharusnya juga melakukan resistensi melalui struktur.²⁵

Berkaitan dengan kepentingan publik, media dalam perkembangannya lebih berorientasi kepada pembentukan opini publik dibandingkan dengan mengembangkan ruang publik bagi terciptanya ruang yang memungkinkan perdebatan atau pertukaran ide antaranggota masyarakat. ruang publik mengalami perubahan yang mendasar ketika media lebih merepresentasikan kepentingan organisasi ekonominya, yang dapat memburuk ketika media juga menjadi agen yang memanipulasi opini publik, dan mengoordinasikan publik menjadi pemirsa dan konsumen yang pasif. Media yang bergerak dalam ranah public menjadi kehilangan daya kritisnya karena rasionalitas yang berkembang didominasi oleh rasionalitas instrumental

²⁵ *Ibid.* hlm. 42.

yang mengabaikan rasionalitas moral dan rasionalitas estetika.²⁶

Media komunikasi memiliki dampak yang besar pada kehidupan kontemporer, termasuk di dalamnya adalah peningkatan jumlah pesan dan media, serta kapasitas untuk penyimpanan dan pengambilan kembali informasi. Dampak lainnya juga dapat terjadi pada substitusi media komunikasi terhadap teknologi transportasi, munculnya konsep baru mengenai kantor dan rumah, perubahan penggunaan fasilitas media, peningkatan nilai informasi sebagai komoditas, dan peningkatan ketersediaan pengalaman sintesis. Dampak terhadap karakteristik media merupakan pergeseran dalam derajat sinkronisasi interaktivitas dan tingkat kehadiran sosial.²⁷

Pada hakikatnya, studi media massa mencakup pencarian pesan dan makna-makna dalam materinya. Yang berarti mempelajari media yaitu mempelajari makna, seperti dari mana asalnya, seperti apa, seberapa jauh tujuannya, bagaimana ia memasuki materi media, bagaimana kaitannya dengan pemikiran manusia, dan lain sebagainya.²⁸

²⁶ *Ibid.* hlm. 45-46.

²⁷ Brent D. Ruben., Lea P. Stewart. Diterjemahkan oleh Ibnu Hamad. *Komunikasi dan Perilaku Manusia (Edisi Kelima)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada. Cetakan ke-2, Desember 2014. Hlm. 232.

²⁸ Drs. Alex Sobur, M.Si., *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Cetakan Kelima, Maret 2013. Hlm. 110.

Secara teoritis, media massa bertujuan menyampaikan informasi dengan benar, efektif dan efisien. Namun dalam praktiknya hal yang disebut sebagai kebenaran sangat ditentukan oleh jalinan dari banyak kepentingan. Akan tetapi di balik itu semua, yang paling penting adalah kepentingan untuk bertahan yang dimiliki oleh media itu sendiri, baik dalam pengertian bisnis, politis, dan lainnya. Media tidak hanya menentukan realitas seperti apa yang akan mengemuka, tetapi juga siapa yang layak dan tidak layak untuk masuk menjadi bagian dari relitas tersebut. maka dari itu, media sebagai kontrol yang bukan hanya dicita-citakan, tetapi menjadi kontrol yang mampu mempengaruhi sampai mengatur isi pikiran dan keyakinan-keyakinan masyarakat itu sendiri.²⁹

Dari berbagai macam teori, terdapat empat model teori normatif media yang dapat saling tumpang tindih namun setiap dari model tersebut memiliki logika internalnya masing-masing. Istilah ‘model’ tersebut merujuk pada perangkat yang saling terhubung dari ciri tertentu, baik gagasan maupun pengaturan pada sebuah sistem media yang memiliki prinsip normative tunggal yang mendasarinya. Model-model dari teori normatif media akan dijelaskan sebagai berikut:³⁰

²⁹ Ibid. hlm. 114.

³⁰ Denis McQuail. Diterjemahkan oleh Putri Iba Izzati. *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika. 2011. Hlm. 204-205.

1. Model Pluralis Liberal atau Pasar (*liberal-pluralist or market model*)

Berdasarkan teori pers bebas asli (*libertarian*), model ini mengidentifikasi kebebasan pers dengan kebebasan untuk memiliki dan mengoperasikan alat publikasi tanpa izin atau campur tangan dari negara. Teori ini menekankan individual serta kebutuhan mereka dan mendefinisikan kepentingan public sebagai apa yang menarik menurut publik. Ranah publik dilayani oleh pengoperasian 'pasar bebas ide'. Akuntabilitas terhadap masyarakat dan individu lain juga diraih dengan cara pasar media dan beberapa bentuk pengaturan diri yang minimal dengan peranan minimal untuk negara.

2. Model Tanggung Jawab Sosial atau Kepentingan Publik (*social responsibility or public interest model*)

Pada model ini, hak kebebasan penyiaran diiringi dengan kewajiban terhadap masyarakat yang lebih luas melebihi kepentingan pribadi. Gagasan kebebasan 'positif' yang digambarkan melibatkan beberapa tujuan sosial. Media yang bertanggung jawab akan memelihara standar yang tinggi dengan pengaturan sendiri, tetapi campur tangan pemerintah juga dilibatkan. Terdapat mekanisme akuntabilitas terhadap masyarakat dan publik pada teori ini. penyiaran layanan publik dapat dimasukkan ke dalam model ini.

3. Model Professional (*professional model*)

Pilihan akan peranan bagi masyarakat dan pengawal standar nilai termasuk ke dalam model 'pers' itu sendiri dan dalam profesi jurnalisme. Otonomi lembaga dan professional dari jurnalisme menjadi jaminan terbaik bagi pengawasan yang layak terhadap mereka yang berkuasa.

4. Model Media Alternatif (*alternative media model*)

Model ini mewakili serangkaian media non-arus utama yang memiliki tujuan dan permulaan yang berbeda. Meskipun demikian, terdapat beberapa nilai bersama, terutama penekanan pada skala yang kecil dan organisasi *grass-root*, ditambah oposisi terhadap kekuasaan negara dan industri. Model ini menolak rasionalitas secara universal sebagaimana kompetensi dan efisiensi profesional birokrasi yang ideal, dan model ini menekankan hak bagi subkultur dengan nilai mereka sendiri serta mendukung pemahaman lintas subjek serta pemahaman komunitas yang sesungguhnya.

Menurut sifatnya, teori normatif adalah objektif dan hanya terhadap beberapa hal yang mana tidak seharusnya dilakukan media, seperti menyebarkan informasi yang sesat atau mendorong kriminalitas dan kekerasan. Teori ini mencakup perspektif dari dalam dan luar media, meskipun lebih banyak dari luar.³¹

³¹ *Ibid.* hlm. 205.

B. Teori Komunikasi

Berbagai sumber menyebutkan bahwa kata komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *communis* yang berarti ‘membuat kebersamaan’ atau ‘membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih’. Kata *communis* berasal dari kata *communico* yang artinya ‘berbagi’. Dalam bahasa Inggris, komunikasi sebagai kata kerja (verb), yaitu *communicate*.³²

Secara umum, komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia. Sementara Ilmu Komunikasi adalah ilmu yang mempelajari usaha penyampaian pesan antarmanusia. Objek dari ilmu komunikasi adalah komunikasi, yakni usaha penyampaian pesan antarmanusia.³³

Terdapat perbedaan istilah antara *communication* dan *communications*. *Communication* adalah proses berkomunikasi, sedangkan *communications* adalah perangkat teknis yang digunakan dalam proses itu. Komunikasi itu sendiri adalah salah satu kegiatan dasar manusia dan proses sosial yang dijalaninya. Melalui komunikasi, seseorang dapat memengaruhi orang lain baik secara langsung seperti guru yang mengajarkan muridnya, maupun tidak langsung seperti televisi yang

³² *Op.cit.*, Nurani Soyomukti. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Hlm. 55.

³³ *Ibid.* hlm. 56.

menyampaikan pesan-pesan kepada pemirsanya. Komunikasi merupakan mesin pendorong proses sosial yang memungkinkan terjadinya interaksi antarmanusia dan menjadikan manusia sebagai makhluk sosial.³⁴

Sementara perangkat komunikasi atau *communications* memiliki makna yang lebih sempit, yaitu mencakup berbagai peralatan untuk berkomunikasi, mulai dari gending atau asap yang digunakan suku indian, butir-butir batu hingga telegram, materi cetak dan siaran, serta film. Menurut Edward Sapir, *communications* merupakan teknik-teknik sekunder, yang segenap instrument dan sistem yang mendukung proses komunikasi. Contohnya seperti Morse, pekik terompet, kertas, pulpen, alat-alat percerakan, film, dan alat pemancar siaran televisi. Sedangkan pemahaman *communication* menurutnya adalah apa yang disebutnya sebagai proses primer, yaitu perilaku komunikasi itu sendiri baik yang disadari maupun tidak. Ada empat proses primer, yaitu bahasa, gerak anggota tubuh, peniruan perilaku pihak lain, dan pola perilaku sosial.³⁵

Komunikasi merupakan gejala yang ada sejak manusia berinteraksi satu sama lain dalam rangka

³⁴ William L. Rivers., et al. Diterjemahkan oleh Haris Munandar., Dudy Priatna. *Media Massa dan Masyarakat Modern Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media. Cetakan Pertama, Desember 2003. Hlm. 26.

³⁵ *Ibid.* hlm. 26-27.

memenuhi kebutuhan hidup dan mengembangkannya, yang diwarnai dengan berbagai hubungan kekuasaan. Perkembangan fenomena komunikasi dengan demikian tergantung sejauh mana perkembangan sumber komunikasi, yaitu pesan dan informasi (pengetahuan yang ada pada masyarakat), sampai media (teknologi komunikasi) yang ada. Mulai dari penggunaan daun lontar, menggunakan jasa kurir, hingga penggunaan teknologi yang sudah terbuat dari mesin elektronik dan seluler seperti saat ini.³⁶

Proses komunikasi adalah hal yang pokok dalam banyak pekerjaan dan biasanya menyumbang kepada keefektifan profesionalitas hampir semua bidang. Teori dan keterampilan komunikasi tidak dijamin oleh pendidikan seseorang, karena banyak aspek penting dari fenomena ini diremehkan di dalam pendidikan formal. Sebab dari relevansinya, kepentingan, dan banyak tantangannya sebagai bidang dan topic kajian, maka komunikasi dapat dikatakan sebagai bidang yang sangat populer.

Teori merupakan suatu blok dari bangunan tentang pemahaman. Teori perilaku memberikan panduan untuk pemahaman dan tindakan. Teori dapat membantu untuk menggambarkan, menjelaskan, meramalkan, dan

³⁶ *Op.cit.* Nurani Soyomukti. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Hlm. 12.

terkadang mengendalikan masalah manusia. Selama kehidupan berlangsung, teori pribadi dapat dikembangkan berdasarkan pengalaman hidup masing-masing. Sementara teori-teori ilmiah dapat dikembangkan secara sistematis, dibagikan untuk umum, dan diuji secara hati-hati dengan tujuan mencapai keabsahan (validitas), keandalan (reliabilitas), dan kegunaan (utilitas). Kedua teori tersebut dapat saling melengkapi dan memberi informasi satu sama lain.³⁷

Untuk dapat memahami keberagaman dan perbedaan dalam komunikasi, agar dapat menjelaskannya kepada orang lain, serta untuk mengatur suatu penelitian di lapangan, maka tentu memerlukan suatu definisi komunikasi yang tunggal dan komprehensif. Definisi dengan tujuan tersebut harus memenuhi dan mengintegrasikan asas-asas dalam komunikasi. Adapun yang dimaksud dengan asas-asas komunikasi adalah sebagai berikut:³⁸

- 1) Komunikasi Adalah Proses;
- 2) Komunikasi Sangatlah Mendasar untuk Individu, Hubungan, Kelompok, Organisasi, dan Masyarakat;

³⁷ Brent D. Ruben., Lea P. Stewart. Diterjemahkan oleh Ibnu Hamad. *Komunikasi dan Perilaku Manusia (Edisi Kelima)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada. Cetakan ke-2, Desember 2014. Hlm. 20-21

³⁸ *Ibid.* hlm. 16-19.

- 3) Komunikasi Melibatkan Penerimaan dan Penciptaan Pesan serta Mengubahnya Menjadi Informasi yang Dapat Digunakan; dan
- 4) Komunikasi Membuat Kita Beradaptasi Dengan Orang dan Lingkungan.

Sehingga dengan menggabungkan setiap asas dari asas-asas komunikasi tersebut, maka definisi komunikasi dapat terbentuk. Definisi dari Komunikasi Manusia adalah proses melalui suatu individu dalam hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat yang membuat dan menggunakan informasi untuk berhubungan satu sama lain dan dengan lingkungan.³⁹

Teori komunikasi dapat dikatakan berasal dari Yunani kuno, dimana Aristoteles (385-322 SM) dan gurunya yang bernama Plato (427-347 SM) merupakan tokoh utama dalam asal usul studi komunikasi. Keduanya menganggap bahwa komunikasi merupakan seni atau keahlian untuk dipraktikkan sekaligus sebagai bidang studi. Bagi Aristoteles, keutamaan dalam komunikasi adalah kegiatan verbal yang dilakukan melalui pembicara yang berusaha membujuk untuk mencapai tujuan yang dimilikinya dengan seorang pendengar, dengan melalui penyusunan argument secara mahir dan penyampaiannya.⁴⁰

³⁹ *Ibid.* hlm. 19.

⁴⁰ *Ibid.* hlm. 40.

Sementara itu, Plato dalam tulisan-tulisannya menguraikan secara garis besar mengenai apa yang menurutnya diperlukan untuk studi retorika dan berkontribusi terhadap penjelasan yang lebih luas mengenai perilaku manusia. Plato yakin bahwa bidang komunikasi seharusnya mencakup studi terkait sifat dari kata-kata, sifat manusia dan cara manusia menjalani kehidupan, studi sifat dari aturan, dan studi alat-alat yang dapat mempengaruhi manusia. Sehingga meskipun terdapat banyak permintaan pada awal mula munculnya komunikasi, akan tetapi kenyataannya saat ini komunikasi berfokus pada kajian berbicara di depan umum, dimana berdasarkan hal tersebut harus disadari bahwa untuk memahami dengan lebih dalam bagaimana persuasi bekerja, maka perlu mengembangkan terlebih dahulu teori secara lebih luas dan lebih komprehensif.⁴¹

Pada abad ke-20, cara berpikir mengenai sifat komunikasi sebagai bidang yang telah berkembang perlahan mulai berubah. Evolusi tersebut tampak jelas dalam model proses komunikasi yang telah diterbitkan dan dipopulerkan menjadi teori komunikasi. Adapun model proses komunikasi yang paling berpengaruh adalah Model Komunikasi Harold Lasswell, Model Komunikasi Claude Shannon dan Warren Weaver, Model Komunikasi Wilbur Schramm, Model komunikasi Elihu Katz dan Paul

⁴¹ *Ibid.* hlm. 42.

Lazzarsfeld, dan yang terakhir Model Komunikasi Bruce Westley dan Malcolm Maclean. Setiap ahli dalam model komunikasi tersebut menawarkan perspektif yang berbeda mengenai sifat komunikasi yang dibangun di atas konsep awal terkait fenomena komunikasi.⁴²

Pada dekade pertama abad ke-21, model-model komunikasi populer dapat lebih unggul dari model-model yang berkembang di beberapa dekade sebelumnya.⁴³ Model-model teori komunikasi dewasa ini secara substantif telah memperluas pemahaman manusia mengenai sifat komunikasi. Model-model tersebut juga telah memberikan landasan yang kuat untuk mengembangkan penjelasan yang lebih lengkap mengenai peran komunikasi terhadap perilaku manusia.⁴⁴

Teori komunikasi terus berevolusi untuk mencerminkan perspektif budaya yang mengakui bahwa para peserta dalam sebuah interaksi dapat tidak memiliki kekuatan yang sama dalam interaksi tersebut. Teori komunikasi saat ini memasukkan peran media massa dan perkembangan teknologi yang tersedia untuk para peserta dalam interaksi tatap muka atau situasi komunikasi yang menggunakan media.⁴⁵

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.* hlm. 52.

⁴⁴ *Ibid.* hlm. 55.

⁴⁵ *Ibid.* hlm. 56.

Adanya teori komunikasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang proses komunikasi. Dengan pemahaman yang lebih baik maka seseorang dapat menduduki posisi yang lebih baik untuk memprediksi dan mengontrol setiap hasil dari usaha komunikasi. Berikut merupakan tujuan dari teori komunikasi media massa yang lebih spesifik:⁴⁶

- 1) Untuk menjelaskan penagruh-pengaruh komunikasi massa;
- 2) Untuk menjelaskan manfaat komunikasi massa yang digunakan oleh masyarakat, sehingga manfaat dapat terlihat lebih bermakna daripada pengaruhnya;
- 3) Untuk menjelaskan pembelajaran dari media massa; dan
- 4) Untuk menjelaskan peran media massa dalam pembentukan pandangan dan nilai-nilai masyarakat.

C. Sikap Keberagaman

1. Pengertian Sikap Keberagaman

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Daring), *sikap didefinisikan sebagai perbuatan dan sebagainya yang*

⁴⁶ Werner J. Severin., James W. Tankward, Jr. Diterjemahkan oleh Sugeng Hariyanto. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode & Terapan di dalam Media Massa (Edisi Kelima)*. Jakarta: Prenada Media Kencana. Cetakan ke-5, Januari 2011. Hlm. 13-14.

*berdasarkan kepada pendirian (pendapat atau keyakinan) atau dapat juga diartikan sebagai, posisi mental atau perasaan, dan pandangan hidup”.*⁴⁷

Menurut Alisuf Sobri, dalam bukunya Psikologi Pendidikan Berdasarkan Kurikulum Nasional IAIN Fakultas Tarbiyah mengemukakan bahwa “*sikap atau attitude diartikan sebagai kecenderungan untuk bereaksi terhadap suatu hal, orang atau benda dengan suka, tidak suka atau acuh tak acuh*”.⁴⁸ Sedangkan menurut Sarlito, sikap adalah istilah yang mencerminkan rasa senang, tidak senang atau perasaan biasa-biasa saja (netral) dari seseorang terhadap sesuatu. Sesuatu itu bisa benda, kejadian, situasi, orang-orang atau kelompok. Kalau yang timbul terhadap sesuatu itu adalah perasaan senang, maka disebut sikap positif, sedangkan yang tak senang disebut sikap negatif, kalau tidak timbul perasaan apa-apa, berarti sikapnya netral.⁴⁹

Dengan demikian sikap itu bisa kita simpulkan sebagai kecenderungan atau kesiapan mental seseorang untuk bertindak atau berperilaku. Sikap ini bias mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang. Jika sikap seseorang terhadap sesuatu itu positif , maka

⁴⁷ KBBI Daring, <https://kbbi.web.id/sikap>, diakses tanggal 9 September 2021

⁴⁸ M. Alisuf Sobri, *Psikologi Pendidikan Berdasarkan Kurikulum Nasional IAIN Fakultas Tarbiyah*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1995), Cet. Ke-I, Hal. 83

⁴⁹ Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010), Cet.Ke-III , Hal. 201

perilakunya biasanya juga cenderung positif. Akan tetapi sebaliknya, sikapnya negative, maka perilakunya juga cenderung negative terhadap sesuatu itu.

Azwar Saifuddin, mengilustrasikan sikap dengan sangat menarik dan mudah dipahami. Sewaktu kita berada dalam lingkungan dan situasi social, yakni ketika kita terlibat dalam interaksi social, misalnya, pernah kah kita merasa betul-betul netral dan bereaksi tanpa rasa suka atau tanpa rasa tidak suka terhadap mitra interaksi kita? Pernahkah kita dapat melepaskan sama sekali perasaan senang atau tidak senang dari persepsi dan perilaku kita?.

Agaknya hal itu agak sulit terjadi. Selalu saja ada mekanisme mental yang mengevaluasi, membentuk pandangan, mewarnai perasaan, dan ikut menentukan kecenderungan perilaku kita terhadap manusia atau sesuatu yang sedang kita hadapi, bahkan mungkin terhadap diri kita sendiri. Pandangan dan perasaan kita terpengaruh oleh ingatan kita masa lalu, oleh pa yang kita ketahui dan kesan kita terhadap apa yang sedang kita hadapi saat ini.

Itulah fenomena sikap Itulah fenomena sikap yang timbul tidak hanya ditentukan oleh keadaan obyek yang sedang kita hadapi saja, tetapi juga oleh kaitannya dengan pengalaman-pengalaman kita masa lalu, oleh situasi di saat

sekarang dan oleh harapan-harapan kita untuk masa mendatang.⁵⁰

Sebelum mengemukakan pendapat para ahli tentang istilah keberagamaan, terlebih dahulu akan dikemukakan kata dasar dari keberagamaan yaitu agama. Secara etimologi dalam Kamus Bahasa Arab oleh Mahmud Yunus, agama berasal dari kata bahasa Arab adalah *Diin* (*tunduk, patuh, balasan dan beragama*).⁵¹ Secara etimologi banyak pula yang mendefinisikan agama diantaranya :

Robert H. Thouless mendefinisikan “Agama adalah adalah sikap atau cara penyesuaian diri terhadap dunia yang mencakup acuan yang menunjukkan lingkungan yang lebih luas dari pada lingkungan dunia fisik yang terikat ruang dan waktu (*Dunia Spiritual*)”.⁵²

Muslim Nurdin menyatakan bahwa “Agama adalah sebagai ketentuan Tuhan yang mengantarkan manusia dengan berpegang teguh kepadaNya untukmendapatkan kebahagiaan dunia akhirat.”⁵³

Sedangkan kata keberagamaan, menurut Endang Saefuddin Anshari berasal dari kata beragama mendapat

⁵⁰ Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia dan Teori Pengukurannya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), Hal. 4

⁵¹ Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: PT Hidakarya Agung, 1989), Hal. 132

⁵² Robert H. Thouless, *Pengantar Psikologi Agama*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995),cet. II, hal. 22

⁵³ Muslim Nurdin, *Moral dan Kognisi Muslim*, (Bandung: Alfabeta, 1993), Cet. I, hal. 20

awalandan akhiran “ke-an” yang artinya berlandaskan ajaran agama (Islam).⁵⁴ Jalaludin Rahmad mengemukakan keberagamaan adalah kecenderungan seseorang untuk hidup sesuai dengan aturan agama.⁵⁵ Menurut Ahmad Tafsir, inti dari keberagamaan adalah sikap beragama, dalam konteks Islam sikap beragama intinya adalah iman.⁵⁶ Asmaul Sahlan menjelaskan bahwa keberagamaan adalah sikap atau kesadaran seseorang untuk menjalankan ajaran agama yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan.⁵⁷

Sikap keberagamaan adalah keadaan internal atau keadaan yang masih ada dalam diri manusia. Keadaan internal tersebut menyebabkan munculnya kesiapan untuk merespon atau bertingkah laku sesuai dengan ajaran agama yang diyakininya. Sikap keberagamaan terbentuk karena adanya integrasi secara kompleks antara keyakinan yang kuat terhadap ajaran agama (komponen kognitif), perasaan senang terhadap agama (komponen efektif) dan perilaku yang sesuai dengan ajaran agama (komponen konatif). Menurut Zakiah Darajat, sikap keberagamaan bukan

⁵⁴ Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam: Paradigma dan Sistem Islam*, (Jakarta:Rajawali, 1991), Hal. 47

⁵⁵ Jalaludin Rahmad, *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*,(Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2001), Hal. 116

⁵⁶ Ahmad Tafsir, *Metodologi Pengajaran Agama Islam*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2005), Hal. 85

⁵⁷ Asmaul Sahlan, *Mewujudkan Budaya Religi di Sekolah: Upaya mengembangkan PAI dari Teori ke Aksi*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2009), Hal. 66

merupakan bawaan, melainkan perolehan atau dibentuk setelah lahir. Sikap keberagamaan terbentuk melalui pengalaman langsung melalui interaksi dengan berbagai unsur lingkungan sosial, misalnya hasil kebudayaan, orang tua, guru, teman sebaya, masyarakat dan sebagainya.⁵⁸

2. Karakteristik dan cara Pengukuran Sikap Keberagamaan

Di atas sudah dijelaskan bahwa sikap suatu keadaan internal dari individu yang dapat menyebabkan munculnya kesiapan untuk merespon atau bertingkahtlaku sesuai dengan ajaran agama yang diyakininya. Sikap keberagamaan dapat berbentuk tanggapan atau perasaan. Sikap keberagamaan biasanya diiringi dengan kecenderungan seseorang untuk bertindak sesuai dengan ajaran agama yang diyakininya.

W. A. Gerungan menjelaskan bahwa, sikap atau *attitude* memiliki beberapa ciri, yaitu:

- a. Sikap bukan merupakan bawaan, melainkan dibentuk dan dipelajari sepanjang perkembangan individu dalam hubungannya dengan objek tersebut.
- b. Sikap dapat dipelajari dan dapat berubah-ubah.
- c. Sikap tidak berdiri sendiri, tetapi senantiasa mengandung relasi tertentu terhadap suatu objek.

⁵⁸ Zakiah Darajat, *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: Bulan Bintang, 2003), Hal. 58

- d. Sikap dapat berkaitan dengan satu objek dan dapat juga berkaitan dengan beberapa objek.
- e. Sikap memunculkan dorongan dan perasaan.⁵⁹

Sikap keberagamaan berbeda dengan pengetahuan keagamaan yang dimiliki oleh seseorang. Pengetahuan keberagamaan belum akan menjadi suatu pengerak, sebagaimana pada sikap keberagamaan. Pengetahuan keberagamaan baru akan menjadi suatu sikap keberagamaan, jika disertai dengan kesiapan untuk bertindak sesuai dengan pengetahuan keberagamaan yang dimiliki. Misalnya : Orang mempunyai pengetahuan bahwa kebersihan sangat bermanfaat bagi kehidupan. Pengetahuan tersebut sudah menjadi sikap jika dalam keseharian selalu mengamalkan hidup bersih. Namun apabila orang tadi tetap senang hidup kotor maka hal tersebut belum dikatakan sebagai sikap.

Sikap keberagamaan memiliki segi motivasi, berarti sikap keberagamaan senantiasa mendorong untuk bergerak dan berusaha untuk mencapai suatu tujuan. Sikap keberagamaan dapat berupa suatu pengetahuan yang diikuti dengan kesediaan dan kecenderungan bertingkah laku sesuai pengetahuannya itu. Sikap keberagamaan tidak sama dengan kebiasaan tingkah laku beragama. Kebiasaan tingkah laku beragama hanya

⁵⁹ W.A. Gerungan, *Psikologi Sosial*, (Bandung : Rafika Aditama, 2009), Hal. 163-163

merupakan tingkah laku yang otomatis dengan tujuan untuk mempermudah hidup.

Sikap keberagamaan setiap individu memiliki karakteristik tersendiri, sesuai dengan tingkat perkembangannya. Anak-anak, remaja dan orang dewasa memiliki karakteristik sikap keberagamaan berbeda-beda. Ada beberapa karakteristik sikap keberagamaan pada anak, yaitu:

- a. Unreflective atau tidak mendalam. Agama pada anak diterima tanpa kritik dan tidak mendalam. Ajaran agama yang diterima cukup sekedarnya saja, cepat merasa puas dengan keterangan yang diberikan dan kadang-kadang kurang masuk akal.
- b. Orientasi Egosentris atau mementingkan dirinya sendiri dan kesenangan pribadinya.
- c. Kekonkritan Anthromorphis, yaitu cenderung menterjemahkan kata-kata dan gambar-gambar ke dalam pengalaman yang sudah dijalankan dan berusaha menghubungkan sesuatu yang bersifat abstrak ke dalam pengalaman yang bersifat kongkrit.
- d. Verbalis dan Ritualis. Kehidupan beragama pada anak bersifat verbal (ucapan). Anak cenderung menghafal secara verbal kalimat-kalimat keagamaan. Amaliah keagamaan yang dikerjakan oleh anak dilaksanakan berdasarkan tuntunan yang diajarkan kepadanya.

- e. Imitatif. Pada umumnya kehidupan keseharian anak-anak dalam tindakannya bersifat meniru. Anak-anak lebih cenderung meniru apa yang ada di lingkungan sekitarnya. Baik disadari atau tidak, begitu juga halnya dalam kaitannya dengan sikap keberagamaan anak-anak juga cenderung meniru.
- f. Rasa heran atau kagum. Anak memiliki sikap keberagamaan heran atau kagum yang tidak disertai sikap kritis dan kreatif.⁶⁰

Memahami sikap keberagamaan seseorang harus disesuaikan dengan karakteristik sikap keberagamaan yang dimilikinya. Sikap keberagamaan pada anak-anak tumbuh mengikuti pola *ideas concept on authority*. Maksudnya adalah konsep-konsep keagamaan pada anak sangat dipengaruhi oleh unsur-unsur yang berasal dari luar dirinya. Anak-anak cenderung mengikuti apa yang diajarkan dan dikerjakan oleh orang-orang yang ada di sekelilingnya. Orang dewasa terutama orang tua sangat berperan dalam membentuk konsep keberagamaan pada anak. Anak-anak sangat mudah menerima ajaran dari orang dewasa walaupun ajaran itu belum disadari sepenuhnya tujuan dan manfaat dari ajaran tersebut.

Sikap keberagamaan remaja berbeda dengan anak-anak. Zaikah Darajat mengemukakan beberapa karakteristik

⁶⁰ Ramayulis, *Psikologi Agama*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2011), Hal. 57-60

sikap keberagaman remaja, yaitu :

a. Kepercayaan turut-turutan

Kebanyakan remaja menjalankan ajaran agama disebabkan karena faktor lingkungan. Orang tuanya, teman-temannya dan masyarakat sekelilingnya percaya dan rajin beribadah, maka remaja ikut percaya dan melaksanakan ibadah. Remaja cenderung mengikuti suasana lingkungan yang ada di tempat tinggalnya. Sikap keberagaman seperti ini disebut percaya turut-turutan.

b. Percaya dengan kesadaran

Remaja berada dalam masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Sikap keberagaman remaja juga berada dalam keadaan peralihan dari kehidupan beragama anak menuju pada masa kemandirian beragama. Oleh karena itu, remaja mulai untuk menemukan pengalaman dan penghayatan terhadap ajaran agama yang diyakininya.

c. Percaya tapi agak ragu-ragu (bimbang)

Keraguan dalam beragama remaja dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- 1) Keraguan karena adanya goncangan yang disebabkan terjadinya proses perubahan dalam pribadinya. Goncangan seperti ini wajar dialami oleh setiap remaja.
- 2) Keraguan karena apa yang dimiliki tidak sesuai dengan kenyataan yang dialaminya. Misalnya

ketika masa anak-anak ditanamkan agar berakhlak dan bertingkah laku sesuai dengan ajaran agama, tetapi kenyataan menunjukkan banyak terjadi kemerosotan moral di lingkungan masyarakat.

- d. Tidak percaya sama sekali atau cenderung pada atheis
Keraguan beragama pada remaja bila sudah memuncak dan tidak bisa di atasi, maka akan menimbulkan kebingungan pada remaja, bahkan dapat menimbulkan kebimbangan dan keingkaran remaja pada agama. Hal ini sesungguhnya bukan berarti bimbang dan ingkar yang sesungguhnya, melainkan hanya sebagai salah satu bentuk atau cara untuk menyampaikan protes terhadap ajaran agama yang diyakini selama ini tidak sesuai dengan kenyataan atau yang diharapkan, seperti karena kecewa, sakit hati, menderita yang bertumpuk-tumpuk dan sebagainya, sehingga berputus asa terhadap keadilan dan kekuasaan Tuhan. Keadaan seperti ini bila dibiarkan akan muncul rasa benci dan enggan menjalankan ajaran agama yang selama ini diyakininya.⁶¹

Lain halnya dengan sikap keberagamaan orang dewasa. Orang dewasa memiliki sikap keberagamaan yang luas sesuai dengan nilai-nilai yang diyakininya. Sikap

⁶¹ Zakiyah Daradjat, *Ilmu Jiwa Agama.....*, Hal. 91-93.

keberagamaan yang dimiliki oleh orang dewasa didasarkan pada pendalaman makna dan pemahaman terhadap ajaran agama yang diyakininya. Beragama bukan hanya sekedar ikut-ikutan, tetapi sudah menjadi sikap hidup. Ada beberapa ciri sikap keberagamaan orang dewasa, yaitu :

- a. Kebenaran agama diterima berdasarkan pertimbangan pemikiran yang matang bukan sekedar ikut-ikutan.
- b. Bersifat realistik, artinya ajaran agama banyak direalisasikan dalam sikap dan perilaku kehidupan sehari-hari.
- c. Punya sikap yang positif terhadap ajaran agama
- d. Berusaha mempelajari dan mendalami ajaran agama yang diyakininya.
- e. Ketaatan dalam beragama dilandaskan pada pertimbangan yang matang dan rasa tanggung jawab.
- f. Memiliki wawasan dan pengetahuan keberagamaan yang lebih luas serta bersifat kritis terhadap materi ajaran agama yang diyakininya.
- g. Dalam menerima, memahami dan mengamalkan ajaran agama dipengaruhi kepribadian yang dimilikinya.²⁷

Untuk memahami sikap individu biasanya tidak mudah. Oleh karena itu diperlukan beberapa metode. W. A. Gerungan menjelaskan bahwa untuk memahami sikap terdapat beberapa metode, yaitu : *Pertama*, metode langsung, yaitu metode untuk mengetahui sikap individu di mana

individu secara langsung diminta pendapatnya atau tanggapannya mengenai objek tertentu. *Kedua*, metode tidak langsung. Metode ini terdiri dari dua macam, yaitu metode tes tersusun dan tes tidak tersusun. Metode tes tersusun dilakukan dengan menggunakan tes skala sikap, seperti tes skala likert, guttman dan sebagainya. Tes tidak tersusun dilakukan dengan wawancara, daftar pertanyaan biasa, biografi, kepustakaan dan sebagainya.⁶²

3. Komponen dan bentuk sikap keberagamaan

Sikap memiliki beberapa komponen. Menurut Travers, Gagne dan Cronbach sebagaimana dikutip oleh Abu Ahmadi, menjelaskan bahwa sikap memiliki tiga komponen, yaitu :

- a. Komponen kognitif. Komponen ini menyangkut semua pengetahuan, pikiran dan keyakinan yang dimiliki diperoleh melalui berbagai informasi terkait suatu objek.
- b. Komponen afektif, yaitu segala sesuatu yang terkait emosi individu terhadap suatu objek. Emosi ini biasanya diiringi dengan rasa suka atau tidak suka, senang atau tidak senang dan sebagainya.
- c. Komponen behavior atau konatif, yaitu komponen yang melibatkan salah satu predisposisi untuk bertindak terhadap suatu objek.⁶³

⁶² Ramayulis, *Psikologi Agama.....*, Hal. 78-79

⁶³ Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Renika Cipta, 1991), Hal.

Komponen behavior atau konatif sangat dipengaruhi oleh komponen kognitif. Komponen behavior atau konatif terkait dengan kecenderungan untuk melakukan sesuatu. Dalam literatur lain komponen behavior disebut juga dengan *action tendency*. Sikap positif individu terhadap suatu objek akan memicu munculnya perbuatan untuk membantu, memperhatikan, dan berbuat sesuatu yang menguntungkan terhadap suatu objek. Sebaliknya, sikap negatif terhadap suatu objek akan memunculkan perbuatan untuk mengancam, mencela, menyerang bahkan membinasakan objek tersebut.

Seorang psikolog bernama Gordon Willard Allport melakukan penelitian tentang pengaruh sikap keberagamaan seseorang terhadap kehidupannya. Apakah agama dapat memberikan dorongan yang positif atau negatif terhadap kehidupan pribadi pemeluknya dan masyarakat sekitarnya? Dan apakah dengan menjadi beragama, seseorang dapat lebih bermanfaat bagi dirinya dan sesamanya? Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, Allport terlebih dahulu mendefinisikan apa arti agama bagi seseorang. Arti agama ini selanjutnya akan berimplikasi terhadap perbuatannya.

Allport menyatakan bahwa ada dua macam sikap keberagamaan seseorang, yaitu: Pertama, sikap keberagamaan yang ekstrinsik. Sikap keberagamaan

ekstrinsik, memandang agama sebagai something to use but not to live.⁶⁴ Artinya agama dipandang sebagai untuk mencapai sesuatu dan bukan untuk kehidupan. Agama hanya digunakan sebagai alat untuk mencapai motif tertentu, seperti ingin dipuji, ingin dihormati, ingin dihargai, untuk mendapatkan kedudukan, jabatan dan sebagainya. Orang yang memiliki sikap keberagamaan seperti ini, biasanya dalam beragama hanya melaksanakan bentuk luar dari ajaran agama saja. Shalat, puasa, zakat dan haji dikerjakan, tapi pesan moral dari ibadah yang dikerjakan tidak diimplemetasikan dalam kehidupan nyata. Ibadah dikerjakan, tetapi perbuatan maksiat tetap juga dilaksanakan.

Sikap keberagamaan seperti ini menurut Allport, tidak akan pernah melahirkan pribadi-pribadi yang terpuji akhlaknya maupun masyarakat yang penuh dengan cinta damai, bahkan sebaliknya hanya akan melahirkan pribadi-pribadi yang tercela dan masyarakat yang penuh dengan kebencian dan iri hati. Susah melihat saudaranya senang dan senang melihat saudaranya susah. Sikap keberagamaan seperti ini, boleh jadi merupakan salah satu jawaban dari pertanyaan “Mengapa Bangsa Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim justru belum mampun menempatkan bangsa ini menjadi yang bebas dari korupsi?”. Suap-menyuap, korupsi, kolusi, dan nepotisme sudah menjadi

⁶⁴ Robert W. Crapps, *Dialog Psikologi dan Agama*, (Yogyakarta: Kasinus, 1993), Hal. 178

budaya bangsa ini, serta dekadensi moral yang terus semakin memprihatinkan dan membuat bangsa ini semakin terpuruk. Mungkin ini semua dikarenakan karena mayoritas penduduk muslim di negeri ini masih memiliki sikap keberagaman secara ekstrinsik.

Kedua, sikap keberagaman instrinsik. Sikap keberagaman instrinsikartinya memandang agama sebagai kekuatan yang mengontrol kehidupan.⁶⁵ Agama merupakan sekumpulan prinsip-prinsip yang mengatur kehidupan seseorang dalam semua bentuk interaksi. Singkatnya, agama dijadikan sebagai pedoman dalam kehidupannya. Shalat, puasa, membayar zakat, dan haji dilaksanakan. Begitu juga dengan sikap dan perbuatan sehari-harinya mencerminkan keperibadian orang yang shalat. Tindak-tanduknya dalam berinteraksi selalu berpedoman kepada agamanya. Tujuan puasa untuk membentuk insan yang bertaqwa teraplikasikan dalam kehidupannya.

Pribadinya selalu menginginkan maju dan tumbuh bersama di bawah naungan ridha Allah SWT. Senang melihat saudaranya senang dan ikut susah melihat saudaranya susah. Sikap beragama seperti inilah menurut Allport yang akan mampu mewujudkan pribadi-pribadi yang terpuji akhlaknya dan masyarakat yang penuh dengan kedamaian, kasih sayang, pada gilirannya akan mewujudkan

⁶⁵ Robert W. Crapps, *Dialog Psikologi.....*, Hal.179

baldatun thayyibatun warobbun ghafur.

Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keberagamaan Sikap yang dimiliki oleh seseorang berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan tersebut terlihat baik dari segi jenisnya maupun dari segi kualitasnya. Perbedaan sikap yang dimiliki oleh seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah keadaan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan masyarakat, kebudayaan, nilai, agama, adat-istiadat dan sebagainya. Secara garis besar Abu Ahmadi menjelaskan bahwa sikap seseorang dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

a. Faktor internal. Faktor internal merupakan faktor yang ada di dalam pribadi individu. Faktor berperan sebagai selectivity, menyeleksi dan mengolah atau menganalisis berbagai pengaruh yang datang dari luar diri individu. Penetapan pilihan biasanya disesuaikan dengan motif dan sikap yang ada di dalam diri individu. Motif dan sikap di dalam diri individu erat kaitannya dengan minat dan perhatiannya. Menurut Ellis sebagaimana dikutip oleh M. Ngalim Purwanto, faktor internal yang sangat mempengaruhi sikap seseorang terhadap suatu rangsangan selain faktor minat dan perhatian adalah kematangan atau maturation dan keadaan fisik individu.⁶⁶

b. Faktor eksternal. Faktor eksternal

⁶⁶ M. Ngalim Purwanto, *Psikologi Pendidikan.....*, Hal. 142

merupakan faktor yang berasal dari luardari individu. Faktor ini berupa interaksi sosial baik di dalam kelompok maupun di luar kelompok.⁶⁷ Misalnya antara individu dengan individu lain (dalam keluarga, sekolah dan lingkungan masyarakat), intraksi individu dengan hasil kebudayaan dan sebagainya.

Sherif sebagaimana dikutip oleh Abu Ahmadi menjelaskan bahwa sikap dapat dirubah dan dibentuk. Perubahan dan pembentukan sikap akan terjadi jika terdapat hubungan timbal balik dan komunikasi secara langsung antar manusia.⁶⁸ Dengan kata lain pembentukan dan perubahan sikap terjadi tidakdengan sendirinya. Setidaknya adal tiga hal penting yang dapat mempengaruhi pembentukan dan perubahan sikap individu, yaitu :

- a. Keluarga, lembaga pendidikan, lembaga keagamaan, organisasi kerja dan sebagainya.
- b. Kelompk sebaya
- c. Media massa.⁶⁹

Menurut Stephen R. Covey (dalam Muhammad Ali) ada tiga teori yangterkait dengan pembentukan dan perubahan sikap, yaitu:⁷⁰

⁶⁷ Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial.....*, Hal. 171

⁶⁸ Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial.....*, Hal. 171

⁶⁹ Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial.....*, Hal. 171

⁷⁰ Muhammad Ali, *Perkembangan Peserta Didik*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2008), Hal. 143

a. Teori determinisme genetic. Teori ini berpandangan bahwa sikap individu diwariskan secara turun temurun dari nenek moyangnya. Jika kakek-nenek seorang punya sikap mudah marah, maka seseorang itu akan memiliki sikap mudah marah juga. Pewarisan sikap seperti ini diteruskan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

b. Teori determinasi psikis. Teori ini berpandangan bahwa sikap yang dimiliki oleh individu sangat dipengaruhi oleh pola asuh orang tua. Pola asuh orang tua yang diterima individu pada masa kanak-kanak membentuk pola dasar keperibadian dan karakter individu termasuk di dalamnya pembentukan sikap individu.

Teori determinisme lingkungan. Teori ini berpendapat bahwa pembentukan dan perkembangan sikap individu sangat dipengaruhi oleh perlakuan lingkungan terhadap individu tersebut. Perlakuan orang tua, saudara, guru, teman sebaya, atasan/pimpinan, pasangan, situasi ekonomi, atau kebijakan-kebijakan pemerintah, semuanya turut membentuk dan mempengaruhi perkembangan sikap setiap individu.

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian adalah suatu proses mencari sesuatu secara sistematis dalam waktu yang lama dengan menggunakan metode ilmiah serta aturan-aturan yang berlaku.⁷¹ Menurut John Creswell (2008), penelitian adalah suatu proses bertahap bersiklus dan dimulai dengan identifikasi masalah atau isu yang akan diteliti. Setelah masalah teridentifikasi yang diikuti dengan review bahan bacaan atau kepustakaan, lalu menentukan dan memperjelas tujuan penelitian. Kemudian pengumpulan dan analisis data, yang dilanjutkan dengan menafsirkan (*interpretation*) data yang diperoleh, dan berpuncak pada pelaporan hasil penelitian.⁷²

Hill Way dalam bukunya yang berjudul *Introduction to Research* mengemukakan bahwa penelitian merupakan metode studi yang sifatnya mendalam dan bisa penuh kehati-hatian dari segala bentuk fakta yang bisa dipercaya atas suatu masalah tertentu guna untuk membuat pemecahan masalah tersebut.

⁷¹ Moh. Nazir, Ph.D. *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, Cetakan Ke-11, Februari 2017, hlm. 70.

⁷² Dr. J.R. Raco, M.E., M.Sc. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, Bandung: PT Grafindo Media Pratama, hlm. 6.

Menurut Woody, penelitian adalah suatu metode untuk menemukan sebuah pemikiran yang kritis, dimana penelitian ini meliputi pemberian definisi dan redefinisi terhadap masalah, membuat formulasi hipotesis atau mengadakan uji coba yang sangat hati-hati atas segala kesimpulan yang diambil dalam menentukan apakah kesimpulan tersebut sesuai dengan hipotesis.

Menurut Sanapiah Faisal, penelitian merupakan suatu aktivitas dalam menelaah suatu problem dengan menggunakan metode ilmiah secara tertata dan sistematis untuk menemukan pengetahuan baru yang dapat diandalkan kebenarannya mengenai dunia alam dan dunia sosial.

Soerjono Soekanto mengungkapkan bahwa penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada analisis dan konstruksi yang dilakukan secara sistematis, metodologis dan konsisten dan bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran sebagai salah satu manifestasi keinginan manusia untuk mengetahui apa yang sedang dihadapinya.⁷³

Berdasarkan pengertian-pengertian menurut para ahli yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan untuk menemukan dan mengembangkan serta

⁷³ Dr. Rukin, S.Pd., M.Si. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, Cetakan Pertama, Oktober 2019, hlm. 3-4.

menguji kebenaran suatu masalah atau pengetahuan guna mencari solusi atau pemecahan masalah tersebut.⁷⁴

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif. Metode penelitian kualitatif sudah menjadi tradisi ilmiah yang digunakan dalam bidang penelitian ilmu, khususnya ilmu-ilmu sosial, budaya, psikologi dan Pendidikan. Istilah-istilah lain dalam penelitian kualitatif adalah penelitian naturalistic, pasca-positivistik, fenomenologis, etnografik, studi kasus, dan humanistik. Penelitian kualitatif lahir dan berkembang sebagai konsekuensi metodologis dari paradigma interpretivisme, yakni suatu paradigma yang lebih idealistik dan humanistik dalam memandang hakikat manusia. Manusia dipandang sebagai makhluk berkesadaran, yang tindakan-tindakannya bersifat intensional, melibatkan interpretatif dan pemaknaan.⁷⁵

Penelitian kualitatif berasal dari gagasan pemikiran fenomenologis. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Guba, penelitian kualitatif (*naturalistic inquiry*/penelusuran natural) adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati, dimana

⁷⁴ *Ibid.* hlm. 5.

⁷⁵ Dr. Tjipto Subadi, M.Si. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Cetakan Pertama, April 2006, hlm. 10.

penelitian ini memiliki kecenderungan lebih tajam dalam mengungkap fenomena hingga pada tingkatan makna.⁷⁶

Menurut Denzin dan Lincoln (1994), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Sementara definisi penelitian kualitatif menurut Kirk dan Miller (1986) adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Hal tersebut mengidentifikasi hal-hal yang relevan dengan makna baik dalam beragamnya keadaan dunia keberagaman manusia, beragam tindakan, beragam kepercayaan dan minat dengan berfokus pada perbedaan bentuk-bentuk hal yang menimbulkan perbedaan makna.⁷⁷

Menurut Erikson (1986), penelitian kualitatif merupakan suatu proses investigasi yang dilakukan secara intensif, dengan proses pencatatan teliti tentang apa yang terjadi di lapangan melalui suatu refleksi analitik terhadap dokumen yang menyajikan bukti-bukti dan melaporkan

⁷⁶ Dani Rahman Hakim, S.Pd., M.Pd., Iin Rosini, S.E., M.Si., CSRS, CADE. *Metode Penulisan Ilmiah*. Tangerang Selatan: UNPAM Press, Cetakan Pertama, Oktober 2018, hlm. 75.

⁷⁷ Albi Anggito., Johan Setiawan, S.Pd. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, Cetakan Pertama, Oktober 2018, hlm. 7-8.

hasil analisis data secara deskriptif atau langsung dengan mengutip hasil wawancara maupun komentar humanistik.

Menurut Koentjaraningrat (1983), penelitian kualitatif yaitu penelitian di bidang ilmu umani dan kemanusiaan dengan aktivitas yang berdasarkan disiplin ilmiah untuk mengumpulkan, mengelaskan, menganalisis dan menafsirkan fakta-fakta serta hubungan-hubungan antara fakta-fakta alam, masyarakat, kelakuan dan rohani manusia guna menemukan prinsip-prinsip pengetahuan dan metode-metode baru dalam usaha menanggapi hal-hal tersebut.⁷⁸

Berdasarkan seluruh pengertian penelitian kualitatif dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelusuran secara intensif menggunakan prosedur ilmiah untuk menghasilkan kesimpulan naratif baik tertulis maupun lisan berdasarkan analisis data tertentu.⁷⁹

Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk menggambarkan objek penelitian (*describing object*), mengungkap makna di balik fenomena (*exploring meaning behind the Phenomena*), dan menjelaskan fenomena

⁷⁸ Dr. Drs. I Wayan Suwendra, S.Pd., M.Pd. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra Publishing House, Cetakan Pertama, Agustus 2018, hlm. 4.

⁷⁹ *Ibid.* hlm. 7.

yang terjadi (*explaining object*).⁸⁰ Secara umum, tujuan penelitian kualitatif yaitu untuk memahami kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang alami (*natural setting*), tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya di lapangan studi.

Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang hasil penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi yang lain. Peneliti biasanya menggunakan pendekatan naturalistik untuk memahami suatu fenomena tertentu. Jenis penelitian ini berusaha mendapatkan pencerahan, pemahaman terhadap suatu fenomena dan ekstrapolasi pada situasi yang sama.⁸¹

Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk melakukan identifikasi isu dari perspektif peneliti, dan memahami makna dan interpretasi yang dilakukan terhadap perilaku, peristiwa atau objek. Dalam praktiknya, penelitian kualitatif meneliti manusia dalam *setting* natural keseharian, sehingga bisa mengidentifikasi bagaimana pengalaman dan perilaku mereka yang tidak bisa dilepaskan dari konteks kehidupan mereka, yang berarti seorang peneliti kualitatif mempelajari sesuatu dalam *setting* natural, berusaha untuk masuk akal atau melakukan

⁸⁰ *Ibid.* hlm 5-6.

⁸¹ *Op.cit.* Albi Anggito., Johan Setiawan, S.Pd., *Metodologi Penelitian Kualitatif*. hlm. 8-9.

interpretasi terhadap fenomena dalam arti makna yang dibawa orang kepada mereka.⁸²

Sebelum memasuki proses penelitian, peneliti harus memahami terlebih dahulu karakteristik dalam penelitian kualitatif agar proses penelitian dapat lebih mudah dijalani dan dapat mengungkap informasi kualitatif secara teliti dalam prosesnya yang penuh makna. Penelitian kualitatif dilakukan dengan karakteristik yang mendeskripsikan suatu keadaan yang sebenarnya atau fakta, tetapi bukan sekedar laporan atau suatu kejadian tanpa adanya suatu interpretasi ilmiah.

Menurut Bogdan dan Bikien, karakteristik-karakteristik dari penelitian kualitatif atau *qualitative research* adalah sebagai berikut:⁸³

- 1) Dilakukan pada kondisi yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen). Langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci dalam penelitian kualitatif;
- 2) Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif, data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar sehingga tidak menekankan pada angka;

⁸² Cosmas Gatot Haryono. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak, Cetakan Pertama, Oktober 2020, hlm. 36-37.

⁸³ *Ibid.* hlm. 9-10.

- 3) Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*;
- 4) Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif; dan
- 5) Penelitian kualitatif lebih menekankan makna (data dibalik yang teramati).

Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mempelajari isu-isu tertentu secara mendalam dan mendetail, karena pengumpulan data tidak dibatasi pada kategori-kategori tertentu saja.⁸⁴ Penelitian kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), serta lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Yang menjadi dasar teori penelitian kualitatif sebagai pijakan yaitu adanya interaksi simbolik dari suatu gejala dengan gejala lain yang ditafsir berdasarkan pada budaya yang bersangkutan dengan cara mencari makna semantic universal dari gejala yang sedang diteliti.⁸⁵

Dalam penelitian kualitatif, proses penelitian dan ilmu pengetahuan tidak sederhana seperti yang terjadi pada penelitian kuantitatif, karena sebelum hasil-hasil penelitian kualitatif memberi sumbangan kepada ilmu pengetahuan, tahapannya yaitu melampaui berbagai

⁸⁴ *Op. cit.* Cosmas Gatot Haryono. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. hlm. 49.

⁸⁵ *Op. cit.* Dr. Rukin, S.Pd., M.Si. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. hlm. 6-7.

tahapan berpikir kritis-ilmiah, dimana seorang peneliti memulai untuk berpikir secara induktif, yaitu menangkap berbagai fakta atau fenomena-fenomena sosial melalui pengamatan di lapangan, kemudian menganalisis dan selanjutnya berupaya untuk melakukan teorisasi berdasarkan apa yang diamati tersebut. Peneliti diarahkan oleh produk berpikir induktif untuk menemukan jawaban terhadap apa yang sedang menjadi pusat perhatian dalam penelitian, dan akhirnya produk berpikir induktif menjadi jawaban sementara terhadap apa yang dipertanyakan dalam penelitian dan menjadi perhatian itu, jawaban tersebut dinamakan dengan berpikir induktif-analitis.⁸⁶

Berdasarkan sejarah sosial, pendekatan kualitatif dibangun berdasarkan tradisi pemikiran Jerman yang lebih banyak mengadopsi pemikiran filsafat Plato yang humanistik, dimana pandangan Plato terhadap manusia lebih banyak menempatkan manusia sebagai makhluk yang humanistik daripada manusia sebagai homo Sapiens. Maka dari itu Plato memandang manusia sebagai manusia, bukan melihat berdasarkan rasionya dan karena itu manusia memiliki idealisme. Sementara berdasarkan tradisi berpikir positivisme, pendekatan kualitatif dipandang sebagai kritik terhadap positivisme, dimana

⁸⁶ Prof. Dr. H. M. Burhan Bungin, S.Sos., M.Si. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cetakan Ke-5, November 2011, hlm. 6.

para ahli filsafat menamakannya dengan postpositivisme. Aliran ini menyatakan suatu hal yang tidak mungkin mencapai atau melihat kebenaran apabila pengamat berdiri di belakang layar tanpa ikut terlibat dengan objek secara langsung. Maka berdasarkan hal tersebut hubungan antara pengamat dengan objek harus bersifat interaktif dengan catatan bahwa pengamat harus bersifat netral, sehingga tingkat subjektivitas dapat dikurangi secara minimal.⁸⁷

Menjelaskan konsep dalam penelitian kualitatif ditujukan untuk menjelaskan operasional fenomena-fenomena penelitian. Fenomena penelitian kualitatif umumnya merupakan kasus-kasus tertentu yang tidak bisa digeneralisasi, karena konsep penelitian bersifat kasuistik, dimana kepekaan peneliti dalam merancang konsep penelitian harus semakin tajam dan mengkrystal pada persoalan operasionalisasi yang lebih konkret dalam mengurai persoalan makna di balik fenomena yang tampak. Merancang konsep dalam penelitian kualitatif adalah suatu makna kognitif, atau makna sosiologis yang hidup dalam alam pikiran informan dan subjek-objek penelitian. Konsep penelitian kualitatif menjelaskan dan merumuskan pemahaman makna tentang emik, bukan etik. Konsep emik akan mengungkapkan dunia rasional pemaknaan informan dan subjek-objek penelitian

⁸⁷ *Ibid.* hlm. 3-5.

terhadap diri mereka dan lingkungannya terhadap fenomena yang menjadi realitas sosial yang diteliti.⁸⁸

Format desain penelitian kualitatif secara teoritis berbeda dengan format penelitian kuantitatif. Untuk format penelitian kualitatif terdiri dari tiga model, yaitu format deskriptif, format verikatif, dan format *grounded theory*. Format deskriptif lebih banyak atau masih dipengaruhi oleh paradigma positivistic, meskipun format ini dominan menggunakan paradigma fenomenologis. Kemudian format verifikatif bersifat induktif dan berparadigma fenomenologis, namun perlakuannya terhadap teori masih semi-terbuka pada awal penelitian. Dan format *grounded theory* bersifat induktif dan berparadigma fenomenologis serta tertutup terhadap teori pada awal penelitian. Adanya perbedaan format penelitian kualitatif ini dapat memengaruhi model penelitian, sehingga hasil-hasil penelitiannya juga akan berbeda-beda sesuai dengan format metodologisnya.⁸⁹ Pada hakikatnya, desain penelitian kualitatif bersifat umum dan berubah-ubah atau berkembang sesuai dengan situasi yang terjadi di lapangan. Maka dari itu desain harus bersifat fleksibel dan terbuka.⁹⁰

⁸⁸ *Ibid.* hlm. 76-77.

⁸⁹ *Ibid.* hlm. 67.

⁹⁰ *Op. cit.* Dr. Rukin, S.Pd., M.Si. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. hlm. 7.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Isi. menurut Jorgensen, kegiatan menganalisis adalah suatu proses memecah, memisah, atau memilah materi penelitian ke dalam kepingan-kepingan, bagian-bagian, elemen-elemen, atau unit-unit. Dengan fakta-fakta yang telah menjadi kepingan yang terorganisasi, peneliti mengelompokkan dan mengklasifikasikan berdasarkan pada tipe, kelas, sekuens, pola, atau keseluruhan.⁹¹

Analisis isi adalah metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks). Maka dari itu banyak disiplin ilmu yang menggunakan metode analisis isi karena analisis isi memanfaatkan serta menggunakan dokumen sebagai bahan penelitian.⁹² Secara umum, analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, reliable, dan dapat direplikasi.⁹³ Analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi yang digunakan untuk menganalisis isi media baik cetak maupun

⁹¹ *Op. cit.* Cosmas Gatot Haryono. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. hlm. 103.

⁹² Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cetakan Ke-1, Mei 2011, hlm. 10.

⁹³ *Ibid.* hlm. 15.

elektronik, serta digunakan untuk mempelajari isi semua konteks komunikasi, baik komunikasi antarpribadi, kelompok, ataupun organisasi. Melalui analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi.⁹⁴

Tujuan dari analisis isi bukan hanya untuk melakukan perangkuman (*Summarizing*), tetapi juga untuk melakukan generalisasi,⁹⁵ menggambarkan karakteristik dari suatu pesan (*Describing the Characteristics of Message*), dan menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan dengan melihat gambaran atau karakteristiknya (*Inferences about the Causes of Communication*).⁹⁶ Sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan dari studi analisis isi adalah untuk memahami tema dan atau kategori yang tertuang dalam pesan pada suatu teks, transkrip, atau narasi.⁹⁷

Analisis isi deskriptif merupakan analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu atau menguji hubungan diantara variable. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan. Semakin lengkap dan detail

⁹⁴ *Ibid.* hlm. 10-11.

⁹⁵ *Ibid.* hlm. 30.

⁹⁶ *Ibid.* hlm. 32-41.

⁹⁷ Op. cit. Dr. Tjipto Subadi, M.Si. *Metode Penelitian Kualitatif*. hlm. 13.

peneliti dalam mengungkapkan karakteristik dari pesan atau teks, maka akan semakin baik penelitian tersebut.⁹⁸

Analisis isi menggambarkan secara detail deskripsi dari suatu pesan. Terdapat analisis isi yang hanya menggambarkan pesan atau teks, namun ada pula analisis isi yang didesain untuk melakukan perbandingan atau komparatif, seperti perbandingan antar-waktu, antar-komunikator yang berbeda, antar-khalayak yang berbeda, dan lain sebagainya. Setidaknya terdapat empat desain analisis isi yang umumnya digunakan untuk menggambarkan karakteristik pesan, *pertama* yaitu analisis yang dipakai untuk menggambarkan pesan dari sumber yang sama tetapi dalam waktu yang berbeda. *Kedua*, analisis isi yang digunakan untuk melihat pesan pada situasi yang berbeda. Situasi tersebut dapat berupa konteks yang berbeda seperti budaya, sosial, dan politik. Umumnya penelitian yang berusaha melakukan perbandingan isi pesan ialah seperti antarnegara maupun antarbudaya. *Ketiga*, analisis yang digunakan untuk melihat pesan pada khalayak yang berbeda. Khalayak disini ditujukan pada pembaca, pendengar, atau pemirsa media yang mempunyai karakteristik berbeda. Dan *keempat*, analisis isi digunakan untuk melihat pesan dari komunikator yang berbeda. Pada umumnya penelitian ini ingin melihat kasus yang sama dan

⁹⁸ *Op. cit.* Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, hlm. 47.

bagaimana komunikator yang berbeda menghasilkan isi yang berbeda dari kasus yang sama.⁹⁹

Adapun langkah awal yang penting dalam analisis isi yaitu menentukan unit analisis. Menurut Krippendorff, unit analisis didefinisikan sebagai apa yang diobservasi, dicatat, dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Secara sederhana, unit analisis dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks. Menentukan unit analisis sangat penting, karena unit analisis akan menentukan suatu aspek dari teks yang dilihat dan pada akhirnya hasil atau temuan penelitian didapatkan. Penentuan unit analisis yang tepat dapat menghasilkan data yang valid dan menjawab tujuan penelitian, serta menjamin bahwa temuan analisis isi dapat menjawab tujuan dari penelitian.¹⁰⁰

Secara umum, jenis-jenis unit analisis dalam analisis isi terbagi menjadi tiga bagian besar, yaitu unit sampel (*sampling units*), unit pencatatan (*recording units*), dan unit konteks (*context units*). Unit sampel adalah bagian dari objek yang dipilih (diseleksi) oleh peneliti untuk didalami, dimana unit sampel ditentukan oleh topik dan tujuan dari riset. Unit pencatatan adalah bagian atau aspek dari isi

⁹⁹ *Ibid.* hlm. 33-39.

¹⁰⁰ *Ibid.* hlm. 57-58.

yang menjadi dasar dalam pencatatan dan analisis. Isi dari suatu teks mempunyai unsur atau elemen, dimana unsur atau bagian ini yang harus didefinisikan sebagai dasar peneliti dalam melakukan pencatatan. Kemudian pengertian dari unit konteks adalah suatu konteks yang diberikan oleh peneliti untuk memahami atau memberi arti pada hasil pencatatan.¹⁰¹

Unit sampel adalah unit yang dipilih atau diseleksi oleh peneliti untuk didalami yang ditentukan oleh topik dan tujuan dari riset. Unit ini berkaitan dengan *sampling* atau isi yang akan diteliti dan tidak menjadi perhatian yang maka dari itu tidak diteliti.¹⁰² Sementara unit pencatatan adalah unit analisis yang paling penting dalam analisis isi, karena berkaitan dengan bagian apa dari isi yang akan dicatat, dihitung, dan dianalisis. Unit pencatatan berbicara mengenai bagian apa dari isi yang akan dicatat, dihitung, dan dianalisis. Dalam unit pencatatan, terdapat lima jenis unit pencatatan atau *recording unit*, yaitu Unit Fisik (*Physical Units*); Unit Sintaksis (*Syntactical Units*); Unit Referensial (*Referential Units*); Unit Proposisional (*Propositional Units*); dan Unit Tematik (*Thematic Units*).¹⁰³ Kemudian unit konteks merupakan unit yang kerap saling tumpang tindih dengan unit pencatatan, namun unit ini pasti lebih besar dibandingkan dengan unit pencatatan. Unit ini tidak perlu

¹⁰¹ *Ibid.* hlm. 61.

¹⁰² *Ibid.* hlm. 63.

¹⁰³ *Ibid.* hlm. 64-84.

dipakai ketika unit pencatatan telah digunakan dan dapat menjawab tujuan penulisan, begitupun sebaliknya. Unit ini harus dipakai ketika data yang diperoleh dari hasil unit pencatatan perlu diberikan konteks agar data ini mempunyai arti.¹⁰⁴

Peneliti harus memilih unit analisis mana yang dipakai dalam analisis isi. pilihan terhadap unit analisis diantaranya dapat mempertimbangkan kelebihan dan kelemahan dari masing-masing unit analisis. Menurut Krippendorff, terdapat tiga kata kunci untuk menilai kelebihan dan kelemahan dari masing-masing unit analisis, yaitu sebagai berikut:¹⁰⁵

1. *Reabilitas*. Apakah unit analisis yang dipilih memungkinkan orang yang berbeda mempunyai penafsiran yang sama ats kategori yang dibuat.
2. *Efisiensi*. Apakah unit analisis yang diambil membuat analisis isi menjadi mudah dan praktis dilakukan, dan apakah untuk menganalisis suatu isi dibutuhkan kemampuan akademik tertentu ataukah dapat dilakukan oleh sembarang orang dengan syarat adanya petunjuk dan panduan yang jelas.

¹⁰⁴ *Ibid.* hlm. 102.

¹⁰⁵ *Ibid.* hlm. 97.

3. *Produktivitas*. Apakah unit analisis yang diambil memungkinkan menjawab tujuan penelitian, dan apakah dari analisis terhadap isi tersebut dapat dihasilkan temuan yang menarik.

Pada hakikatnya analisis isi memasukkan semua berita. Namun dalam praktiknya terdapat beberapa kendala seperti waktu, biaya, dan tenaga sehingga jalan yang dapat ditempuh adalah dengan menggunakan sampel. Jika Teknik penarikan sampel dilakukan dengan benar, mana sampel dapat mewakili (representasi) terhadap populasi. Teknik penarikan sampel yang baik harus memenuhi unsur keacakan (*randomness*). Semua elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Penarikan sampel dalam analisis isi memiliki beberapa teknik, diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁰⁶

- 1) Sensus Versus Sampel;
- 2) Populasi, Populasi Sasaran, dan Kerangka Sampel;
- 3) Metode Penarikan Sampel;
- 4) Penarikan Sampel Acak (*Probability Sampling*);
- 5) Penarikan Sampel Tidak Acak (*Non-Probability Sampling*);
- 6) Menentukan Jumlah Sampel; dan

¹⁰⁶ *Ibid.* hlm. 105.

7) *Sampling* dari *Database* Berita.

Ketika melakukan analisis isi, peneliti dapat memilih untuk menggunakan sensus atau sampel. Dalam sensus, peneliti dapat meneliti isi dari semua anggota populasi. Akan tetapi pada dasarnya sensus sangat mahal, karena seluruh anggota populasi harus diteili dan diamati. Maka dari itu analisis isi umumnya menggunakan sampel. Karena dengan menggunakan sampel hanya cukup menggunakan perwakilan dari populasi yang diteliti. Sebelum peneliti menentukan akan menggunakan sampel atau sensus, maka terdapat dua dimensi yang harus dipilih, yaitu medium dan periode waktu.¹⁰⁷

Kemudian sebelum menentukan Teknik penarikan sampel yang dipakai, peneliti harus merumuskan secara jelas terlebih dahulu populasi, populasi sasaran, dan kerangka sampel. Populasi adalah semua anggota dari objek yang ingin diketahui isinya. Populasi merupakan konsep yang abstrak, sehingga populasi harus didefinisikan secara jelas agar anggota dari populasi dapat ditentukan dengan cermat. Populasi yang telah ditentukan dan didefinisikan disebut sebagai populasi sasaran (*target population*). Populasi sasaran akan menentukan mana yang termasuk dalam anggota populasi dan mana yang tidak. Maka dari itu populasi sasaran harus dirumuskan secara jelas. Setelah populasi sasaran dirumuskan, peneliti

¹⁰⁷ *Ibid.* hlm 105-106.

menentukan kerangka sampel yang akan dipakai dalam penelitian. Kerangka sampel adalah dasar bagi peneliti dalam menarik sampel, terutama untuk penarikan sampel yang menggunakan prinsip probabilitas. Kerangka sampel yang baik memiliki dua persyaratan, yaitu komprehensif dan harus memastikan bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Setelah seluruh rangkaian tersebut selesai, barulah penarikan sampel dapat dilakukan.¹⁰⁸

Dalam analisis isi, terdapat berbagai macam metode dalam penarikan sampel. Secara umum, penarikan sampel terbagi menjadi dua, yaitu penarikan sampel acak (*random/probability sampling*) dan penarikan sampel tidak acak (*non-random/non-probability sampling*). Penarikan sampel acak adalah teknik penarikan sampel yang menggunakan hukum probabilitas, di mana memberi kesempatan atau peluang yang sama kepada anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Anggota populasi terpilih sebagai sampel bukan karena unsur kesengajaan atau subjektivitas, tetapi benar-benar karena hukum probabilitas. Sementara penarikan sampel tidak acak merupakan teknik penarikan sampel yang tidak menggunakan hukum probabilitas. Anggota populasi tidak mempunyai kesempatan dan peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel, tetapi terpilih karena adanya

¹⁰⁸ *Ibid.* hlm. 109-112.

pertimbangan subjektivitas. Hasil analisis isi dengan menggunakan penarikan sampel tidak acak ini tidak dapat dipakai untuk menggambarkan isi dari populasi secara keseluruhan, melainkan hanya mencerminkan kondisi sampel dan tidak mencerminkan kondisi populasi.¹⁰⁹

Analisis isi sebaiknya menggunakan teknik penarikan sampel acak agar hasil analisis dapat digeneralisasikan. Tetapi penarikan sampel secara acak membutuhkan persyaratan yang ketat, seperti harus adanya kerangka sampel (*sampling frame*). Jika peneliti menggunakan penarikan sampel tidak acak, maka prosesnya akan lebih sederhana. Namun hasil analisisnya tidak dapat digunakan untuk menggambarkan secara keseluruhan.¹¹⁰

¹⁰⁹ *Ibid.* hlm. 115.

¹¹⁰ *Ibid.* hlm. 115-117.

BAB IV

MEDIA TELEVISI BERHADAPAN DENGAN OTORITAS TOKOH AGAMA DALAM MEMPENGARUHI SIKAP KEBERAGAMAAN MASYARAKAT

A. Televisi sebagai Media Komunikasi Elektronik

Secara bahasa, televisi diterjemahkan dari bahasa Inggris, yaitu “*television*”. Istilah “*television*” berasal dari bahasa Yunani yakni *Tele* yang artinya *far, off, jauh*. Ditambah dengan *Vision* yang berasal dari bahasa Latin *vision*, yang artinya *to see, melihat*. Jadi artinya secara harfiah, televisi adalah melihat jauh. Karena televisi adalah sebuah alat penangkap siaran yang bergambar dan bersuara yang dipancarkan melalui gelombang elektromagnetik maka televisi merupakan alat media massa yang tampak atau dapat dilihat dari jarak jauh oleh khalayak. Di Indonesia, oleh masyarakat televisi secara tidak formal sering disebut dengan TV, tivi, teve, atau tipi.

Sebagai sarana komunikasi massa, media massa dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu, media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, dan lainnya), media elektronik (televisi dan radio). Keberadaan media tersebut tidak lepas dari perkembangan dan kemajuan dari teknologi komunikasi itu sendiri. Pada umumnya perkembangan media elektronik khususnya televisi lebih

pesat bila dibandingkan dengan media cetak, namun pada dasarnya kedua media tersebut memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga keduanya sangat dibutuhkan sebagai sarana komunikasi massa yang tepat.¹¹¹

Di Indonesia, siaran televisi dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 agustus 1962. Menurut Kusnawandi dalam syarief (2007), televisi dapat menguasai ruang dan jarak, mencapai sasaran yang sangat luas, memiliki nilai aktualisasi terhadap suau pemberitaan dan informasi yang sangat cepat, serta bersifat audiovisual sehingga meningkatkan daya rangsang dan pemahaman seseorang terhadap informasi yang dihadirkan.¹¹²

Bersamaan dengan kebebasan informasi, industri pertelevisian di Indonesia telah berkembang pesat. Bermula dari hanya satu stasiun televisi milik pemerintah kini telah berkembang menjadi banyak televisi swasta yang berada di Jakarta dan juga sejumlah stasiun lokal di

¹¹¹ Siti Nurfatimah, *Produksi Program Televisi Studi Kasus Acara Variety Show Dahsyat di RCTI*, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Program Studi Ilmu Komunikasi Banten, 2015 Hal.10

¹¹² Mardhan Kurniawan Putra, *Pengaruh Tayangan Berita Jurnal Sore Di Esa TV Terhadap Kepuasan Menonton Mahasiswa*, Universitas Bengkulu Jurusan Ilmu Komunikasi, 2014, Hal.6

berbagai daerah di Indonesia.¹¹³

Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi mempunyai cirri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, untuk itulah dalam menyampaikan pesan - pesannya juga mempunyai kekhususan. Media cetak dapat dibaca kapan saja tetapi untuk televisi dan radio hanya dapat dilihat sekilas dan tidak dapat diulang.¹¹⁴

Media elektronik seperti film, radio dan televisi memiliki sejarah yang sangat berbeda dari media cetak. Sebagai produk revolusi industri dan teknologi, media elektronik muncul ketika alam demokrasi di Amerika Serikat sudah berkembang secara penuh dan urbanisasi sudah berlangsung lama, lengkap dengan berbagai persoalan yang dibawanya.

Maka dari itu media elektronik sejak awal sudah bersifat demokratis dan khalayaknya adalah masyarakat secara keseluruhan, bukan kalangan tertentu saja. Termasuk televisi yang menjadi salah satu media elektronik. Media elektronik menuntut khalayaknya untuk memberikan perhatian secara penuh karena apa yang disiarkannya tidak diulang pada saat itu, tidak seperti

¹¹³ Morissan, M.A., *Jurnalisme Televisi Mutakhir*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), Hal.3

¹¹⁴ Morissan,M.A., *Jurnalisme Televisi*, Hal.3

media cetak. Buku bisa saja dibaca kembali, contohnya seperti buku tentang Plato. Tetapi tidak demikian dengan siaran radio ataupun televisi.¹¹⁵

Sepanjang sejarah manusia, bentuk-bentuk media komunikasi telah berubah lebih kompleks dalam tata cara penyampaian pesan. Kemajuan tersebut berada pada titik di mana manusia telah dikelilingi oleh berbagai macam mesin dan perangkat elektronik yang memperluas modalitas pengolahan informasi manusia secara luar biasa. Munculnya televisi telah menunjukkan bahwa manusia dapat melihat sebaik mendengarkan, baik terhadap program lokal maupun internasional. Saat ini, manusia dapat membuat pilihan program yang bermanfaat dari berbagai stasiun televisi, serta dapat memilih secara serentak berapapun jumlah sajian dari berbagai wilayah di seluruh negeri bahkan dunia.¹¹⁶

Meskipun terdapat perubahan teknologi namun komunikasi massa dapat terus bertahan di dalam keseluruhan kerangka lembaga media massa. Hal tersebut merujuk secara luas kepada organisasi media dan aktivitasnya, diiringi dengan aturan kerja formal dan

¹¹⁵ William L. Rivers., et al. Diterjemahkan oleh Haris Munandar., Dudy Priatna. *Media Massa dan Masyarakat Modern Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media. Cetakan pertama, Desember 2003. Hlm. 59-60.

¹¹⁶ Brent D. Ruben., Lea P. Stewart. Diterjemahkan oleh Ibnu Hamad. *Komunikasi dan Perilaku Manusia (Edisi Kelima)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada. Cetakan ke-2, Desember 2014. Hlm. 230.

informal serta terkadang hukum dan kebijakan yang diatur masyarakat. hal tersebut mencerminkan bahwa harapan public merupakan bentuk kesatuan dari lembaga sosial lainnya seperti politik, pemerintah, hukum, agama, dan ekonomi. Lembaga media secara bertahap berkembang di sekitar aktivitas utama dari publikasi dan penyiaran.¹¹⁷

Sebagai media informasi, televisi memiliki kekuatan yang ampuh untuk menyampaikan pesan karena media ini dapat menghadirkan pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri dengan jangkauan yang luas dalam waktu yang bersamaan. Penyampaian isi pesan seolah-olah berlangsung saat itu pula (*live*) antara komunikator dan komunikan.¹¹⁸ Sehingga televisi dikatakan sebagai media yang dapat menampilkan pesan secara audio visual dan gerak sehingga khalayak lebih mudah memahami pesan apa yang akan disampaikan pada khalayak. Karena dalam media massa televisi, penyampaian isipesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan sehingga informasi atau pesan yang disampaikan oleh

¹¹⁷ Denis McQuail. Diterjemahkan oleh Putri Iba Izzati. *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika. 2011. Hlm. 64-65.

¹¹⁸ Sony Set, *Menjadi Perancang Program TV Profesional* (Yogyakarta : Andi Offset, 2008) hal.30

televisi tersebut akan mudah dimengerti oleh khalayak karena jelas terdenga secara audio dan terlihat secara visual.

B. Karakteristik Media Televisi sebagai Media Massa

Sistem penyiaran televisi swasta di Indonesia terlihat kurang menyentuh persoalan lokal. Kekuatan modal dan kedekatan pemasang iklan telah menarik mereka ke pusat ekonomi, yaitu Jakarta. Persaingan atau komunikasi antarmedia lebih dikedepankan, sehingga pada akhirnya televisi-televisi swasta bergiat hanya untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya tanpa memandang sisi idealisme yang ada.

Selera masyarakat pada hakikatnya ditentukan oleh masyarakat itu sendiri, meskipun saat ini selera masyarakat lebih banyak ditentukan oleh media. Media seakan berpihak dan berorientasi kepada khalayak dan atas nama khalayak. Mengenai hal tersebut, selanjutnya aturan-aturan yang mengikat media massa juga ditolak dengan alasan mengurangi kebebasan media beroperasi di masyarakat dan tidak memberikan kebebasan kepada khalayak untuk menikmati produk media.¹¹⁹

Televisi menjadi salah satu bentuk media massa yang paling dominan dan memiliki ciri khas sebagai media

¹¹⁹ Henry Subiakto., Rachmah Ida. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi: Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Cetakan ke-1, September 2012. Hlm. 107-108.

penyiaran. Penyiarannya yang menggunakan ranah publik, yaitu frekuensi yang jumlahnya terbatas sehingga diperlakukan berbeda dengan media cetak. Penyiaran senantiasa sarat dengan aturan (*highly regulated*), baik secara infrastruktur maupun isinya.

Televisi merupakan media pandang sekaligus media dengar (audio-visual). Ia berbeda dengan media cetak yang lebih banyak menggunakan media pandang (visual). Orang memandang gambar yang ditayangkan di televisi, sekaligus mendengar atau mencerna narasi atau narasi dari gambar tersebut. Oleh karenanya, ia memiliki karakteristik tersendiri jika dibandingkan dengan media lain. Adapun ciri-ciri televisi sebagai media elektronik dapat disebutkan sebagai berikut;

1. Mengutamakan gambar

Kekuatan televisi terletak lebih pada gambar yang didukung oleh narasi atau sebaliknya paparan dari narasi yang diperkuat oleh gambar. Tentu saja gambar yang dimaksud adalah hidup yang membuat televisi lebih menarik dibanding media cetak.

2. Mengutamakan kecepatan

Jika *deadline* media cetak 1x24 jam, *deadline* atau tenggat televisi bisa disebut setiap detik. Televisi mengutamakan kecepatan. Kecepatan bahkan menjadi salah satu unsure yang menjadikan berita televisi bernilai. Berita

paling menarik atau menonjol dalam rentang waktu tertentu, pasti akan ditayangkan paling cepat oleh televisi

3. Bersifat sekilas

Jika media cetak mengutamakan dimensi ruang, televisi lebih mengutamakan dimensi waktu atau durasi. Durasi berita televisi terbatas. Berita yang ditayangkan televisi cenderung bersifat sekilas. Berita yang ditayangkan televisi cenderung tidak mendalam.

4. Bersifat satu arah

Televisi bersifat satu arah pemirsa tidak bisa pada saat itu juga memberi respon pada berita televisi yang ditayangkan, kecuali pada beberapa program interaktif. Pemirsa hanya punya satu kesempatan memahami berita televisi. Pemirsa tidak bisa, misalnya, meminta presenter membacakan ulang berita televisi karena pemirsa tersebut belum memahami atau ingin lebih memahami berita tersebut.

5. Daya jangkau luas

Televisi memiliki daya jangkau luas. Ini berarti televisi menjangkau segala lapisan masyarakat, dengan berbagai latar belakang social-ekonomi. Orang buta huruf tidak mungkin membaca berita media cetak, tetapi ia bisa

menonton berita televisi. Siaran atau berita televisi harus dapat menjangkau rata-rata status social-ekonomi khalayak.¹²⁰

Dalam kajian ilmu komunikasi, televisi merupakan salah satu komunikasi yang menggunakan media sehingga penyampaian pesan melalui televisi dinamakan proses komunikasi massa, dimana setidaknya terdapat lima ciri-ciri dari komunikasi massa yang disebutkan oleh Onong Uchyana Effendy berikut ini :

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah

Artinya komunikasi hanya berlangsung satu arah dan tidak terdapat arus balik kepada komunikator. Karena arus balik dalam komunikasi massa tidak dapat diketahui seketika oleh komunikator atau dengan kata lain hanya diketahui setelah proses komunikasi itu terjadi. Dalam hal ini arus balik yang tidak langsung sering disebut arus balik tertunda (*delayed feedback*).

2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi yang oleh karena itu komunikatornya juga melembaga. Komunikator pada komunikasi massa bertindak atas nama

¹²⁰ Siti Nurfatimah, *Produksi Program....*, Hal. 14

lembaga sejalan dengan kebijakan surat kabar atau stasiun televisi yang diwakilinya karena media yang dipergunakan adalah suatu lembaga yang menyebarluaskan pesan komunikasinya.

3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan pada perorangan atau kepada kelompok yang tertentu.

4. Media massa menimbulkan keserampakan

Kemampuan media massa untuk menimbulkan keserampakan pada khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disampaikan dan ini merupakan ciri yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi yang lainnya.

5. Komunikan pada komunikasi massa bersifat heterogen Komunikan atau khalayak merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Karena keberadaan mereka yang terpencar-pencar, satu sama lain yang tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi dan mereka saling berbeda

dalam berbagai hal.¹²¹

Dari kelima ciri-ciri media massa di atas, televisi memang memiliki ciri-ciri tersebut. Akan tetapi pada saat ini sudah ada dinamika sesuai dengan perkembangan teknologi. Sehingga ciri-ciri-tersebut tidak semuanya dapat dilekatkan kepada media televisi secara utuh. Misalnya, dalam beberapa program acara di televisi, sudah ada beberapa program yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. Dalam beberapa acara talk show misalnya, para pemirsa juga diberikan kesempatan bertanya dan memberikan komentar secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa ciri yang pertama untuk televisi sebagai media massa sudah mengalami dinamika atau perubahan, meskipun secara umum ciri tersebut masih bisa dilekatkan.

C. Tema-Tema Dakwah di Televisi

Di zaman teknologi yang semakin canggih ini, tidaklah cukup aktifitas dakwah hanya dilakukan dalam bentuk tatap muka, seperti pengajian maupun majelis taklim. Jumlah manusia yang semakin bertambah dan jarak yang jauh membutuhkan media yang mampu membantu agar pesan dakwah bisa sampai kepada orang lain. Karena itu, aktivitas dakwah saat ini perlu dilakukan dengan

¹²¹ Sutaryo, *Sosiologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005) hal. 80-83

menggunakan media, baik melalui media cetak (seperti buku, buletin, surat kabar) maupun media elektronik (radio, televisi, internet).

Sekarang banyak media massa berupaya membuat beragam program menarik yang sesuai dengan kebutuhan khalayak. Di antara program acara yang kini menjamur di Indonesia salah satunya adalah program acara dakwah. Program dakwah bermuculan, baik melalui radio, televisi, maupun internet. Televisi merupakan salah satu media massa yang digemari oleh masyarakat. Hampir di setiap rumah memiliki televisi. Televisi mampu menampilkan gambar dan suara, sehingga lebih diminati oleh pemirsa, dan program acara dakwah pun juga banyak terdapat di televisi.

Dari sekian banyak program televisi yang bertemakan acara dakwah, ada satu program yang hingga saat ini masih mendapat atensi khalayak, yaitu acara yang dikawal oleh Ustadz Muhammad Nur Maulana dalam program “Islam Itu Indah” di stasiun Trans TV. “Islam Itu Indah” merupakan salah satu program dakwah yang tayang setiap hari di stasiun Trans TV mulai pukul 05.00 WIB - 06.00 WIB. Pada umumnya, program dakwah cenderung monoton dengan metode ceramah yang sering menimbulkan rasa kantuk dan bosan, namun tidak berlaku di program ini. Ustadz Muhammad Nur Maulana yang mengisi ceramah membawakan acara tersebut diselingi dengan humor. Intonasi suara yang khas dan

gerakan-gerakan tubuh yang dilakukannya membuat semakin diminati oleh masyarakat. Beliau terkenal dengan gaya sapaannya, “Jamaah,oh jamaah, alhamdu, lillah.” Dengan gaya yang khas saat menyapa penonton membuat ustadz ini lebih diingat dan berkesan bagi masyarakat.

Pada penelitian ini peneliti menjadikan program acara “Islam Itu Indah” yang disiarkan oleh Trans TV sebagai obyek penelitian ini. Peneliti akan mengambil beberapa tema yang disajikan sepanjang tahun 2021 secara acak. Isi temaya bisa berasal dari salah satu atau dua orang yang dijadikan nara sumber pada acara tersebut, atau dari tayangan video yang ditampilkan. Penulis tidak mengambil semua isi pada setiap episode, tapi hanya penulis ambil yang relevan dengan tema yang disajikan.

1. Tema “Mencicil Utang Sholat”

Tema ini ditayangkan pada tanggal 28 September 2021. Pada episode ini, penulis mengambil salah satu cuplikan di mana host acara (Fadhli) bertanya kepada Ustadz Maulanan, “ Jika seorang kesiangan, sengaja atau tidak sengaja. Apakah yang harus dilakukan? Lalu Ustadz Maulana menjawab “Ini adalah tema yang sangat penting karena amal yang pertama dihisab adalah sholat. Sholat Sunnah itu bisa mengganti sholat fardlu yang tertinggal. Tapi hitungannya luar biasa. 1 rakaat sholat fardlu itu dibayar 70 rakaat sholat Sunnah. Jadi kalau 2 rakaat sholat shubuh maka diganti dengan 140 rakaat sholat Sunnah. Bagaimana itu nanti kalau ditagih di akhirat. Maka ada

baiknya segerakan membayar ketika masih hidup. Segera melakukan (sholat) setelah penghalang atau kejadian itu selesai. Contoh jika kita melakukan perjalanan ke Indonesia bagian timur, ke Papua misalnya. Kita tiba di sana jam delapan. Mungkin di dalam pesawat kita bisa sholat, tapi itu untuk menghormati waktu saja. Setelah itu tetap mengqada shhalat shubuh yang (seharusnya dilaksanakan pada saat masih berada) di pesawat. Jadi setelah sampai tetap wajib sholat shubuh. Itu harus segera dilakukan, takut tidak ada umur lagi.¹²²

2. Tema “Stop, Jangan Tambah Gerakan Sholatmu”

Tema ini disiarkan pada tanggal 20 Mei 2021. Pada edisi ini, sebelum nara sumber menyampaikan taushiyahnya, terlebih dahulu ditayangkan sebuah video tentang bagaimana caranya bermakmum kepada orang yang sudah sholat terlebih dahulu. Dimana diperagakan di video itu, ketika ada seseorang yang datang di masjid dan dia melihat sudah ada orang yg sudah sholat sendirian lebih dahulu, maka ia langsung berdiri di samping kanan dari orang tersebut tanpa menepuk pundak orang yang ingin dijadikan imam tersebut. Kemudian ada orang yang datang kemudian yang ingin juga ikut berjamaah, langsung berdiri sejajar di belakang imam, tanpa menepuk pundak

¹²² Mencencil Utang Sholat | ISLAM ITU INDAH (28/9/21) P3, <https://www.youtube.com/watch?v=3e47dMwpYJk>, diakses tanggal 10 Oktober 2021

makmum yang pertama. Dan makmum pertama langsung mundur di sebelah kanan dan lurus dengan makmum yang kedua. Dan ketika datang lagi orang yang ikut turut berjamaa, maka langsung erdiri di selah kiri jamaah yang pertama.¹²³

Pada episode ini, peneliti tidak menampilkan isi dari materi yang disampaikan oleh nara sumber acara, karena tayangan video tersebut sebenarnya telah mewakili dari tema yang telah ditetapkan pada episode tersebut.

3. Tema “Jangan Tertipu oleh Dunia”

Tema ini disiarkan pada tanggal 17 September 2021. Sebelum Host meyampaikan pertanyaan kepada nara sumber, dipoerlihatkan tayangan yang menggambarkan kesibukan duniawi menyebabkan sholat ditunda-tunda. Di dalam tayangan itu, ada dua anak yang sedang asyik bermain game padahal sudah masuk waktu sholat. Kemudian datanglah seorang teman mereka dan langsung mengajak mereka berdua untuk ikut sholat berjamaah. Tetapi keduanya tidak mau dan tetap melanjutkan permainan game yang ada di HP mereka. Teman yang satunya itu mengajak lagi mereka untuk sholat berjamaah. Tetapi mereka berdua tetap tidak bergeming

¹²³ Stop, Jangan Tambah Gerakan Sholatmu | ISLAM ITU INDAH (20/5/21) P1, https://www.youtube.com/watch?v=XDi_cGPIE6E, diakses pada tanggal 12 Oktober 2021 dari

dari keasyikannya main handphone.

Kemudian Host (Fadhli) bertanya kepada Ustadz Agus Dermahan, “Benarkah tipuan dunia yang pertama ini (permainan) sudah melekat dengan diri kita ini? dan bagaimana caranya kita bisa melepaskan dari tipuan dunia yang sudah menjadi candu ini?”

Ustadz Agus Dermawan menjawab, “Dunia itu seperti fatamorgana, seperti baying-bayang. “Tidak lah dunia itu kecuali kesenangan yang betu-betul menipu kita”. Kenapa dunia itu fatamorgana? Di atas jalan tol itu kita melihat seakan-akan ada bayang-bayang air di bawah terik matahari. Yang tengah itu air- bergelombang, seakan-akan. Setelah kita mengejar air itu sampai ujung jalan tol, yang kita temukan ternyata hanya baying-bayang. Itulah dunia. Tempat permainan dan sandiwara. Nilainya nol, tergantung manusianya. Dunia itu tidak jahat. Dunia itu baik-baik saja. Kan Allah mengatakan : “Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi serta siang dan malam itu terdapat tanda-tanda kebesaran Allah.” Hanya (tergantung) kitanya kok yang menyikapi. Dunia baik-baik saja.

Setelah itu Host bertanya kepada ustadz Maulana, “Bagaimana kita dapat melepaskan tipuan dunia yang kedua (kesibukan)”. Ustadz Maulana menjelaskan, “Kita semua memang memiliki kesibukan. Tapi yang disebut tipuan dunia adalah kesibukan yang melalaikan. Kesibukan itu memang tidak ada akhir, tergantung

bagaimana kita mengatur dalam mencari ridlo Allah. Silahkan sibuk, asal tidak lalai. Silahkan sibuk asal tidak lupa. Silahkan sibuk, asalkan tidak membahayakan. Silahkan sibuk, asalkan tidak menipu diri kita. Maka aturlah ola kerja. Maka Imam Al Ghazali mengatur waktu dalam sehari itu menjadi 3. 24 jam dibagi 3 menjadi 8. 8 jam untuk Allah, 8 jam untuk diri sendiri dan 8 jam untuk sesama. Supaya kita tidak lalai, kita juga harus selalu memohon agar kesibukan kita dicukupkan. Kenapa orang selalu menambah kesibukan, karena menganggap bahwa ini belum selesai. Oleh karena itu mari kita berdoa; “*Hasbiyallahu la ilaha illa huwa , alaihi tawakkaltu wahuha robbul arsyil adzim*”. Artinya adalah; Cukupkanlah Allah bagiku, tidak ada Tuhan yang disembah kecuali dia, kepadaNya aku bertawakkal, dan Dia Tuhan yang mempunyai arsy yang agung. (Q.S. Surat At-Taubah: 129)

Selanjutnya, Host bertanya kepada Ustadz Syam (Syamsuddin), “Sekarang kita berbicara tentang tipuan dunia yang ketiga, yaitu sesuatu yang melekat pada diri kita dan nempel pada diri kita dan kadang-kadang kita jadi riya dengannya. Dan mungkin ini bisa mnjerumuskan kita kelau kita tidak memakainya denngan cara yang bener. Silahkan dijelaskan Ustadz Syam..”

Ustadz Syam menjawab, “ Ada yang diberikan kabar oleh Allah tentang kehidupan dunia. Kehidupan dunia itu adalah *laibun* peramina, sudah dijelaskan. Yang kedua *lahwun*, juga sudah dijelaskan. Dan yang ketiga

adalah *zinah* (perhiasan). Para ulama membagi perhiasan ini. Ada *zinatun nafsiyah*. Ia adalah perhiasan bagi jiwa kita. Apa itu? Itu adalah ilmu yang kita miliki. Orang itu bisa mulia, karena ilmunya. Orang itu bisa diangkat derajatnya, karena ilmunya. Kita punya pengetahuan tentang Allah, kita punya pengetahuan tentang rasul, kita punya pengetahuan tentang sejarah, tentang hokum, Al Quran, as Sunnah dan sebagainya. Itu adalah perhiasan untuk jiwa kita, untuk ruhani kita. Dan ada juga *zinatun badaniyyah*. Yaitu perhiasan untuk badan kita. Inilah yang biasanya melalaikan seseorang. Zinah ini apabila dipergunakan sesuai dengan aturannya, maka seseorang akan menjadi baik. Tapi apabila zinah ini dipergunakan dengan tidak sesuai dengan aturannya, inilah yang seringkali melalaikan. Oleh karena itu mari kita berdoa; “*Allahumma inna nasaluka al huda wa at tuqo wa al afafa wa al ghina*”. Ya Allah, kami memohon kepada petunjauk, ketakwaan kehormatan dan kecukupan. Jangan sampai kita tidak merasa cukup terhadap apa yang kita miliki. Sehingga bisa jadi kita ingin berhias seperti orang lain padahal kemampuan tidak sepadan, akhirnya menghalalkan segala cara untuk mendapatkannya.¹²⁴

¹²⁴ Jangan Tertipu oleh Dunia | ISLAM ITU INDAH (17/9/21) P1,
<https://www.youtube.com/watch?v=i-mTUJTN1nQ>, diakses pada tanggal 17 Oktober 2021

4. Tema “Kedahsyatan Lafadz Basmalah”

Tema ini disajikan pada tanggal 10 Agustus 2021. Pada episode ini sebelum bertanya, Host memberikan pendahuluan tentang tema ini sedikit agak panjang. Ia mengatakan, “Mengutip hadis rasulullah SAW, bahwa beliau bersabda, setiap perbuatan yang tidak diawali dengan basmallah, maka perbuatan tersebut cacat. Basmallah ini memiliki keutamaan bagi kehidupan seorang muslim. Dalam bacaan basmalah terdapat keberkahan. Melafalkan basmalah ini sangat dianjurkan sebelum memulai setiap aktifitas. Agar membawa kebaikan. Maka dari itu pagi ini kita bahas dan kebetulan kita berada di awal tahun. Ustadz maulana, benarkan di dalam Islam itu basmalah bisa menjadi pintu rejeki dan mengantarkan kita menjadi hamba Allah yang mendapatkan kemuliaan? Silahkan Ustadz”

Kemudian Ustadz Maulana mengatakan, “Basmalah menjadi pembuka pintu rejeki dan menjaikan hamba menjadi mulai. Ketahuilah, barang siapa yang membaca basmalah, bismillahirrahmanirrahim sebanyak-banyaknya dengan harapan mendapat rejeki, maka Allah akan memberikan kemudahan untuk mendapatkan rejeki dan tidak terduga olehnya. Kenapa? Karenaketika ia bekerja melibatkan Allah di dalamnya. Dengan membaca basmalah artinya kita menyerahkan diri kita kepada Yang Maha pengasih, yang Memberi, apapun diberi, yang

menyembah Allah dikasih, yang tidak menyembah Allah juga dikasih. Yang taat dikasih dan yang durhaka juga dikasih. Dan itulah Mahakasihnya Allah. Dan ingat, bahwa manusia itu akan diangkat derajatnya oleh Allah ketika dia memulainya. Dan kenapa kita dapat rejeki, karena kuncinya diawali dengan basmalah.

Setelah itu Host mengalihkan pertanyaan kepada Ustdaz Bani, “Apakah basmalah bisa mendatangkan ketenangan dan ketenangan seperti apa yang didapatkan?” Ustdaz Bani: Allah SWT berfirman dalam surat ar Ra’d ayat 28; *Allazīna āmanū wa taṭma`innu qulūbuhum biḏikrillāh, alā biḏikrillāhi taṭma`innul-qulūb.* Artinya; (yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingati Allah-lah hati menjadi tenteram). Syekh Abdurrahman As Sa’di, beliau mengatakan bahwa tidak ada satu apa pun di muka bumi ini yang bisa membuat hati tenang selain *mahabbatu kholiqihi*, yaitu mencintai Maha Yang Menciptakan hati. Hati itu menjadi damai, kalau ia mencintai Sang Penciptanya. tidak ada tanda cinta yang paling terlihat, kecuali banyak menyebutkannya. Maka para ulama mengatakan, *man ahabba syaian aktsara min dzikrihi* (barang siapa yang mencintai sesuatu maka, ia akan sering menyebutnya). Lafadz basmalah itu menunjukkan bahwa kita ini menyerahkan segala sesuatunya kepada Allah. Dengan banyak menyebut lafadz basmalah, berarti kita banyak meminta ijin kepada Allah. Dengan banyak

membaca lafadz basmalah berarti kita banyak menyebut nama Allah. Maka itu yang akan mendatangkan ketenangan. Maaf ini, sekali lagi maaf ini. Kita saja kalau mencintai seseorang, maka hati ini rasanya damai. Meskipun makanya sederhana bang, makan apa adanya, asalkan bersama dengan Abang, hatiku tenang. Jadi dengan membaca basmalah itu akan menentramkan hati.

Kemudian Ustadz Bani menjelaskan lebih lanjut tentang bagaimana tentang ketenangan yang didapatkan, "Terus bagaimana ketenangan yang didapatkan?. Syekh Abdurrahman As Sa'di menjelaskan bahwa ketenangan yang dimaksud adalah menghilangkan gelisah, rasa gundah gulana atau galau. Makanya Allah katakana dalam Surat Fushshilat ayat 30 ; *Innallaẓīna qālū rabbunallāhu ṣummastaqāmū tatanazzalu 'alaihimum-malā'ikatu allā takhāfu wa lā taḥzanū wa absyirū bil-jannatillatī kuntum tu'adūn*. Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan kami ialah Allah" kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, maka malaikat akan turun kepada mereka dengan mengatakan: "Janganlah kamu takut dan janganlah merasa sedih; dan gembirakanlah mereka dengan jannah yang telah dijanjikan Allah kepadamu".¹²⁵

¹²⁵ Kedahsyatan Lafadz Basmalah | ISLAM ITU INDAH (10/8/21) P1,
<https://www.youtube.com/watch?v=m9v09zfsZRs>, diakses pada tanggal 20 Oktober 2021

Tema-tema yang diangkat oleh televisi dalam program-program religinya memang bervariasi. Pada umumnya tema-tema itu berkisar mengenai tema-tema agama yang bersentuhan dengan kehidupan keseharian. Tema-tema tentang akhlak dan ibadah tampak mendominasi dalam program-program yang ditayangkan. Mereka cenderung menghindari tema yang akan berdampak pada perselisihan dan konflik dalam beragama. Meskipun dalam hal ibadah ada perbedaan atau khilafiyah, tetapi dalam penyampaiannya dikemas dalam gaya yang lembut dan tidak provokatif. Dibahas juga tema-tema yang berkaitan dengan akidah dan muamalah, meskipun tidak sebanyak bila dibandingkan dengan akhlak dan ibadah. Demikian juga mereka menghindari tema-tema yang bersentuhan dengan tema politik, terutama politik praktis.

D. Peran Tokoh Agama dalam Membentuk Sikap Keberagaman Masyarakat

1) Pemahaman tentang Peran Tokoh Agama

Peran dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia” diartikan dengan “bagian yang dimanipulasi oleh seorang pemain”. Selain itu juga dapat diartikan dengan “tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam sebuah peristiwa atau kejadian”.¹²⁶

¹²⁶ KBI Daring, diakses dari <https://kbbi.web.id/peran>, 15 September 2021

Sedangkan Soejono Soekamto mengatakan bahwa peran lebih banyak menunjukkan pada fungsi dan sebagai sebuah proses untuk mencapai suatu tujuan.¹²⁷

Peran merupakan serangkaian perilaku yang diharapkan pada seseorang atau individu yang sesuai dengan posisi individu dalam kehidupan agama dan masyarakat, yang timbul setelah adanya proses pemberian penyuluhan yang diberikan baik secara *formal* (langsung) maupun secara *informal* (tidak langsung). Peran yang didasarkan pada *preskripsi* (ketentuan), dan harapan peran yang menerangkan apa yang individu-individu harus lakukan dalam suatu situasi tertentu agar dapat memenuhi harapan-harapan penyuluh yang menyangkut pada mereka sendiri atau harapan orang lain.

Pemahaman di atas mengenai kata peran, Penulis memberikan makna bahwa peran di sini merupakan salah satu tugas dan kewajiban yang harus dilakukan oleh seseorang dalam usaha membeikan sebuah bimbingan atau informasi tentang agama terhadap masyarakat dengan tujuan membangun kesadaran dan keaktifan kegiatan keagamaan di masyarakat.

Tokoh agama dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia” diartikan sebagai pemimpin yang dapat

¹²⁷ Soejono Soekamto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Rajawali Pers, Jakarta, 1990, Hal. 269

dijadikan contoh dan diteladani sifat-sifat baiknya.¹²⁸ Tokoh agama dalam penelitian ini difokuskan pada tokoh agama Islam, bukan tokoh agama lain. Tokoh agama dipandang memiliki kedudukan sejajar dengan seorang *ulama*, kiai, *ustad*, ataupun *da'i*. Pandangan seperti ini memang tidak begitu melenceng, karena tugas dari aktivis tersebut sama-sama mencakup khazanah dakwah. Namun demikian, setiap para aktivis tersebut memiliki cakupan tanggung jawab yang berbeda-beda. Untuk itu penelitian ini mengangkat tokoh agama dalam sosok kiai dan ustad yang berada di suatu Desa, bukan pesantren. Sebagai pribadi yang dihormati dan dipercayai masyarakat karena riwayat pendidikan dan spiritualnya, kiai ataupun ustad mempunyai peranan yang cukup dominan terutama dalam keberagamaan. Perkataan dan perbuatan seorangnya selalu dijadikan sorotan untuk diteladani oleh masyarakat. Kepercayaan kelompok masyarakat terhadap tokoh agama didasarkan aktivitas nyata yang disaksikan dan dirasakan kelompok tersebut.

Hubungan antara kiai dengan masyarakatnya diikat dengan emosi keagamaan yang membuat kekuasaan sahnya semakin berpengaruh. Kharisma yang menyertai aksi-aksi kiai juga menjadikan hubungan itu penuh dengan emosi. Karena kiai telah menjadi penolong bagi para

¹²⁸ KBBI Daring, diakses dari <https://kbbi.web.id/peran>, 15 September 2021

penduduk dalam memecahkan masalah- masalah mereka, yang tidak hanya terbatas pada masalah spiritual tetapi juga mencakup aspek kehidupan yang lebih luas, maka para penduduk juga menganggap kiai.¹²⁹

Ada dua faktor utama yang mendukung posisi kuat kiai. *Pertama*, kiai adalah orang berpengetahuan luas yang kepadanya penduduk desa belajar pengetahuan. Kepandaian dan pengetahuan yang luas tentang Islam menyebabkan kiai selalu mempunyai pengikut yang senantiasa menghadiri pengajian atau ceramahnya. *Kedua*, kiai biasanya bersal dari keluarga berada meskipun tidak jarang ditemukan kiai yang miskin pada saat ia mulai mengajarkan Islam.¹³⁰

Dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa tokoh agama adalah seorang figur yang berkompeten dan mampu memberikan bantuan kepada masyarakat dalam bentuk ceramah ataupun tindakan tertentu dalam proses mencapai kehidupan beragama dan bersaudara. Tokoh agama lahir berdasarkan pengakuan dan kepercayaan masyarakat. Kepercayaan masyarakat timbul melalui wujud kesalehan tokoh agama dalam beribadah, berperilaku, dan menolong masyarakat. Jadi, tidak heran perilaku dan perbuatannya menjadi sorotan masyarakat.

¹²⁹ Ending Turmudi, *Perselingkuhan Kiai Dan Keksaan*, LkiS, Yogyakarta , 2004, Hal. 97

¹³⁰ Ending Turmudi, *Perselingkuhan Kiai.....*, Hal. 95-96

2) Kompetensi Tokoh Agama

Seorang *da'i* begitu juga tokoh agama, dalam kegiatan keislaman bukan hanya sebagai *transfer of knowledge*, melainkan juga sebagai dinamisator, *problem solver*, motivator, dan teladan umat.¹³¹ Oleh karena itu, kualitas tokoh agama perlu ditingkatkan kompetensi yang dimilikinya. Kompetensi diperoleh melalui proses pembelajaran, usaha keras dan melalui pengalaman.

Kompetensi berasal dari kata *competence*, yang secara harfiah berarti kemampuan atau kesanggupan.¹³² Kemampuan yang ada pada tokoh agama tidak berbeda dengan kompetensi *da'i*, ulama, ataupun kiai. Hal ini karena tugas pokok mereka adalah mensyiarkan nilai Islam kepada masyarakat yang terangkum dalam *amar ma'ruf nahimunkar*. Adapun kompetensi yang harus dimiliki seorang tokoh agama adalah sebagai berikut :

1. Kompetensi Personal (Moral dan Intelektual)

Kompetensi personal lebih menekankan pada kemampuan yang berkenaan dengan moralitas dan kemampuan intelektual. Secara moralitas, *da'i* hendaknya memiliki *performance* dan sikap yang menarik. *Da'i* harus memiliki kesadaran bahwa ia merupakan seorang

¹³¹ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013, Hal. 101

¹³² Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah (Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam)*, Kencana, Jakarta, 2011, Hal. 77

prominent figure di kalangan masyarakat karena segala tutur kata, sikap, dan perilakunya menjadi sorotan dari seluruh masyarakat. Menumbuhkan kesadaran diri dapat dilakukan dengan cara *muhasabah* (diri cermin). Kemampuan moralitas mengantarkan setiap pribadi membina tata pergaulan yang seimbang.¹³³

Merujuk pada Rasulullah, para sahabat, dan ulama', sifat mulia atau akhlak terpuji, diantaranya ialah sifat memelihara diri dari keburukan (*'iffah*), benar atau jujur (*shidq*), berani (*syaja'ah*), tulus (*ikhlash*), rendah hati (*tawadlu'*), bersih hati, adil, luwes, dan memiliki kepedulian sosial yang tinggi. Seorang da'i, menurut Zakri, harus memiliki kualifikasi moralitas dan keluhuran budi pekerti Rasulullah Saw atau paling tidak mendekatinya. Tidak bisa tidak!¹³⁴

Menurut Sayyid Quthub, dalam buku "Filsafat Dakwah (Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam)" karya A.

Ilyas Ismail dan Prio Hotman menjelaskan ada tiga akhlak yang sungguh penting bagi da'i agar ia mampu melaksanakan tugasnya dengan baik sebagai pembangun dan pengembang masyarakat Islam, yaitu kasih sayang (*rahmah*), integritas alias adanya kesatuan antara kata dan

¹³³ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah...*, Hal. 102

¹³⁴ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah.....*, Hal.

perbuatan (*muthabaqah bayn al-qaul wa al-fi'l*), dan kerja keras (*al'amal al-jiddi*).¹³⁵ Disamping tiga akhlak yang telah dikemukakan, *da'i* memerlukan sifat lain yang amat penting, yaitu sifat sabar. Sifat sabar menurut Sayyid Quthub, merupakan perintah atau pesan Tuhan (*washiyyah*) yang selalu diulang-ulang menyertai setiap perintah dakwah (*taklif*).¹³⁶

Sedangkan kemampuan intelektual akan mengantarkan tokoh agama pada kemampuan beradaptasi dengan perkembangan yang terjadi, seperti pemanfaatan teknologi informasi dalam setiap kegiatan dakwah. Kemampuan intelektual juga memberikan pengetahuan dan wawasan yang luas tentang Islam, baik menyangkut akidah, syariah, maupun muamalah.

Kemampuan intelektual juga dijelaskan dalam bukunya A.Ilyas Ismail dan Prio Hotman bahwasannya menurut Yusuf Al-Qardhawi (ulama dunia) ada enam wawasan intelektual yang perlu dimiliki seorang *da'i*. *Pertama*, wawasan Islam, meliputi al-Qur'an, as-Sunah, fiqih dan ushul fiqih, teologi, tasawuf (*tashawwuf*), dan *nizham* Islam. *Kedua*, wawasan sejarah, dari periode klasik, petengahan hingga modern. *Ketiga*, sastra dan bahasa. *Keempat*, ilmu-ilmu sosial (*social science*) dan humaniora,

¹³⁵ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafatat Dakwah.....*, Hal. 82

¹³⁶ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafatat Dakwah.....*, Hal. 100

meliputi sosiologi, antropologi, psikologi, filsafat, dan etika. *Kelima*, wawasan ilmu pengetahuan dan teknologi. *Keenam*, wawasan perkembangan-perkembangan duniakontemporer, meliputi perkembangan dunia Islam, dunia barat, perkembangan agama dan mazhab-mazhab pemikiran, serta perkembangan pergerakan Islam kontemporer.¹³⁷

2. Kompetensi Sosial

Menurut Amin Abdullah dalam buku “Filsafat Dakwah” karya Abdul Basit bahwa isu-isu sosial kemanusiaan tidak dapat ditangani hanya lewat pemahaman akidah atau keyakinan agama yang lebih menekankan pada kesalehan individual, melainkan dengan upaya-upaya praktis yang mengarah pada keselamatan sosial. Untuk itulah *da’i* ataupun tokoh agama perlu mengambil peran tersebut dalam bentuk kesadaran sosial (*social awareness*). Karakteristik saleh sosial digambarkan dalam pribadinya yang pemurah dan bijak terhadap setiap kenyataan yang dihadapinya serta memiliki sikap simpati dan empati. Dia tidak hanya sibuk dengan aktivitas keagamaan dalam mencari pahala Tuhan, tapi juga sibuk dengan beramal bagi masyarakat. Selain kesadaran sosial, *da’i* juga dapat mengambil peran dalam bentuk keahlian sosial. Keahlian sosial diwujudkan

¹³⁷ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah.....*, Hal.

dalam bentuk kemampuan membangun tim dan menjalin interaksi secara konstruktif. Dengan kemampuan ini, dalam diri *da'i* akan tumbuh sikap kepemimpinan yang baik, keahlian dalam hubungan interpersonal, intim dan dapat dipercaya, mampu mengatur konflik, dan aktif mendengar berbagai keluhan dan masukan serta berbagai keahlian sosial lainnya.¹³⁸

3. Kompetensi spiritual

Istilah spiritual berasal dari bahasa Latin *spiritus*, yang berarti sesuatu yang memberikan kehidupan atau vitalitas pada sebuah sistem.¹³⁹ Spiritual dalam konteks ini dimaksudkan sebagai peningkatan kualitas kehidupan dalam kedekatannya dengan Tuhan.

Selain kekuatan intelektual dan moral, *da'i* memerlukan kekuatan lain yang dinamakan kemampuan spiritual. Kekuatan spiritual bersumber dari tiga kekuatan pokok, yaitu iman, ibadah, dan takwa. Ketiganya dapat dipandang sebagai bekal amat penting bagi *da'i*.¹⁴⁰ Berikut disajikan ketiga bekal yang membentuk kekuatan spiritual:

- Keimanan

¹³⁸ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah....*, Hal. 103-104

¹³⁹ Danah Zohar dan Ian Marshall, *Spiritual Capikal: Memberdayakan SQ Di dunia Bisnis*, PT Mizan Pustaka, Bandung, 2004, Hal. 63

¹⁴⁰ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah.....*, Hal.

Supaya dapat melaksanakan amnat dan kewajiban dakwah, para dai membutuhkan persiapan dan bekal perjalanan yang cukup, terutama terutama persiapan dan bekal spiritual yang mantap. Untuk itu, sebelum melakukan tugas berat itu, para *da'i* harus mempersiapkan diri, memperkuat jiwa, dan emntal mereka dengan iman kepada Allah. Iman merupakan bekal utama bagi para *da'i*.

Sedangkan tanda-tanda orang yang beriman diantaranya sangat mencintai Allah SWT, tertib dalam melaksanakan shalat dan selalu menjaga pelaksanaannya, menafkahkan rezki yang diterimanya ke jalan Allah, menghindari perkataan yang tidak bermanfaat dan menjaga kehormatan, memelihara amanah dan menepati janji, serta berjihad di jalan Allah dan suka menolong.

- Ibadah

Bekal spiritual yang diperlukan *da'i* dapat diupayakan melalui pemberdayaan ibadah. Ibadah yang dapat dilakukan oleh *da'i* tidak hanya ibadah wajib tetapi juga ibadah sunah seperti shalat malam, membaca al-Qur'an, zikir, dan berserah diri kepada Allah (*tirakat*).

- Ketakwaan

Takwa berarti melindungi diri dari sesuatu yang ditakuti atau menakutkan. Dalam takwa terdapat sifat hati-hati dan waspada, sehingga seorang terhindar dari keburukan atau sesuatu yang menjerumuskan. Sedangkan secara *syar'i*, takwa diartikan sebagai sikap memelihara diri dari dosa-dosa. Ini dapat dilakukan dengan meninggalkan

perkara yang dilarang.¹⁴¹

Sebenarnya spiritualitas adalah potensi batin manusia. Sebagai potensi yang memberikan dorongan bagi manusia untuk melakukan kebajikan. Dengan demikian, tidak mengherankan bila spiritualitas ini senantiasa diposisikan sebagai nilai utama dalam setiap ajaran agama.

4. Kompetensi Substantif dan Metodologis

Kompetensi substantif berkenaan dengan kemampuan *da'* dalam penguasaan terhadap pesan-pesan atau materi-materi yang akan disampaikan kepada objek dakwah.¹⁴² Agar pesan dakwah dapat menarik perhatian objeknya, tokoh agama perlu mengetahui kebutuhan dasar masyarakat, seperti peristiwa maupun kejadian yang masih hangat. Dalam hal ini tokoh agama dapat memanfaatkan teknologi informasi, seperti menonton televisi, membaca koran ataupun majalah, mendengarkan radio, dan bisa melalui forum-forum diskusi.

Sementara kompetensi metodologis berkenaan dengan kemampuan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah secara efektif dan efisien. Selain penyampaian secara publik, dakwah dapat dilakukan melalui proses dialog untuk menumbuhkan kesadaran akan potensi objek dakwah sebagai makhluk kreatif, yang berkemampuan

¹⁴¹ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah.....*, Hal. 107

¹⁴² Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah.....*, Hal. 104

untuk mengelola diri dan lingkungannya. Dengan demikian esensi dakwah bukan mencoba mengubah masyarakat, tapi menciptakan kesempatan bagi masyarakat untuk mengubah diri dengan kesadaran dan pemahamannya terhadap masalah yang mereka hadapi. Aktivis dakwah yang memiliki kompetensi metodologis ditandai dengan kemampuan: berkomunikasi, mengenal kebutuhan objek dakwah, dan dapat menggunakan teknologi informasi.¹⁴³

Berbagai kompetensi yang harus dimiliki oleh tokoh agama di atas memberikan kontribusi terhadap tercapainya tujuan pemimpin untuk membangun masyarakat Islami. Dalam kompetensi personal, pemimpin yang baik dalam perkataan dan tingkah lakunya serta pribadi yang pemurah lagi bijaksana membuat masyarakat memandangnya dengan sikap positif. Sementara tingginya spiritual sebagai sebuah ketakwaan kepada Allah SWT. merupakan potensi batin manusia yang nantinya dapat mendorong tokoh agama untuk melakukan kebajikan. Dengan demikian, tidak mengherankan bila kompetensi spiritualitas ini senantiasa diposisikan sebagai nilai utama yang perlu dimiliki seorang *prominent figure*.

Bukan hanya itu, dengan pemahaman keilmuan agama juga ilmu-ilmu lain, mampu memberikan

¹⁴³ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah.....*, Hal. 105-107

penyampaian-penyampaian pengetahuan agama dan pemikiran yang luas, serta bijak dalam pengambilan keputusan. Apabila seorang tokoh agama menyikapi permasalahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat hanya dengan dasar agama tanpa memandang dari segi sosial masyarakat, dapat dipastikan akan terjadi kesenjangan. Banyak masalah tidak terselaikan dan menjadikan masyarakat acuh dengan pemimpinnya atau bahkan menjauhkan diri terhadap agama akibat dari keilmuan yang kurang mumpuni atau radikal. Hal tersebutlah yang perlukebutuhan dasar masyarakat, seperti peristiwa maupun kejadian yang masih hangat atau sedang dialami. Semisal, ketika masyarakat kebingungan karena sulitnya bekerja guna menghidupi keluarga. Dalam hal ini pesan dakwah mengenai kegigihan Rasulullah dalam bercocok tanam dan mengembangkan dagangnya sangatlah sesuai. Hal ini paling tidak akan memberikan motivasi-motivasi kepada para masyarakat supaya tidak menyerah dalam mengais rezeki.

Pesan-pesan dakwah yang efektif dan efisien selain penyampaian secara publik, dakwah dapat dilakukan melalui proses dialog yang mana tokoh agama dapat menemui individu masyarakat untuk menumbuhkan kesadaran akan potensinya sebagai makhluk kreatif yang berkemampuan untuk mengelola diri dan lingkungannya. Sehingga tokoh agama diharuskan mempunyai kemampuan substantif dan metodologis.

Jadi yang dimaksud kompetensi tokoh agama adalah ia mampu menjadikan dirinya sebagai pribadi yang berakhlak, berintelektual, tingginya jiwa sosial, bertaqwa, dapat memahami kondisi masyarakat, dan bijak dalam memilih metode atau pendekatan. Kehidupan masyarakat dapat sejahtera bila mana pemimpinnya berkompeten. Adapun esensi dakwah yang dilaksanakan tokoh agama bukan mencoba mengubah masyarakat, tapi menciptakan kesempatan bagi masyarakat untuk mengubah diri dengan kesadaran dan pemahamannya terhadap masalah yang mereka hadapi, yaitu dengan bimbingan tokoh agama.

Dengan kompetensi yang dimiliki oleh tokoh agama, baik seorang ustadz atau kyai, seperti yang dideskripsikan di atas itulah, warga Nahdlatul Ulama (NU) memiliki kepatuhan yang kuat terhadap mereka. Ikatan antara ummat dan tokoh agama diantara mereka sangat kuat. Bukan hanya pada tataran kognitif atau ide saja, akan tetapi ikatan kepatuhan mereka itu sampai pada tataran hati dan keyakinan. Doktrin atau wawasan yang diajarkan oleh mereka lah yang warga NU laksanakan dalam kehidupan beragama. Jika mereka mendapatkan wawasan keagamaan yang bukan dari kyai atau ustadz mereka, mereka cenderung untuk menanyakan atau mengkonfirmasi kebenarannya kepada ustadz atau kyai mereka.

3) Faktor Pendukung dan Penghambat Peran Tokoh Agama

Ada tahapan-tahapan tertentu untuk mencapainya. Tidak heran dalam perjalanan dakwah selain ditemui kemudahan seringkali terdapat pula berbagai rintangan yang dapat menghambat atau bahkan menggagalkan. Masing-masing faktor pendukung dan penghambat peran tokoh agama terbagi menjadi dua bagian yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor pendukung peran pendakwah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor internal

a. Kewibawaan *da'i*

Sosok *da'i* yang memiliki kepribadian sangat tinggi dan tidak pernah kering jika digali adalah pribadi Rasulullah. Pesona tinggi diantaranya konsisten dalam beramal, bersikap santun, pemberani, tidak mengharap pemberian orang, kaya hati, anggun, sabar, dan lainnya. *Da'i* tersebut memiliki daya tarik yang menyebabkan masyarakat mudah menerima pesan dakwahnya, meski kualitas dakwahnya boleh jadi sederhana saja.

b. Kemampuan *da'i*

Kemampuan yang dimiliki *da'i* dalam mengemas materi dan cara penyampaian yang menarik mempengaruhi efektivitas dakwah. Masyarakat yang semula acuh terhadap agama dan terhadap *da'i* setelah melihat paket dakwah yang dikemas lain (misalnya kesenian, stimulasi, dan program pengembangan masyarakat) maka paket dakwah itu berhasil menjadi stimuli yang menggelitik persepsi masyarakat, dan

akhirnya mereka pun merespon secara positif.¹⁴⁴

c. Kuat dan bersihnya motivasi

Daya tahan dalam lapangan dakwah sangat dipengaruhi oleh kekuatan dan keseluruhan motivasi. Bersihnya motivasi karena Allah akan menyebabkan para aktivis tidak memiliki ambisi-ambisi duniawi. Mereka akan berkonsentrasi mengharapkan balasan dari Allah atas segala yang telah dan akan dilakukan, tidak terpengaruh semangatnya oleh karena mendapatkan jabatan, kedudukan, harta atau tidak mendapatkan sama sekali balasan ke duniaan. Ini berarti para aktivis melaksanakan tanggung jawabnya dengan penuh keikhlasan.¹⁴⁵

2. Faktor eksternal

a. Dukungan solidaritas struktur

Gerakan dakwah yang solid akan memberikan dukungan sangat besar bagi setiap aktivis untuk memiliki daya tahan di dalam perjuangan. Solidnya struktur pergerakan dakwah akan menimbulkan suasana yang nyaman dan melegakan semua aktivis. Suasana kerja menjadi sangat kondusif dan terbantu karena adanya kekukuhan struktur.

b. Interaksi sosial

¹⁴⁴ Achmad Mubarak, Psikologi Dakwah, Pustaka Firdaus, Jakarta, 1999, Hal. 113 27 Ibid., Hal. 113-104

¹⁴⁵ Cahyadi Takariawan, Tegar di Jalan Dakwah, PT. Era Adicripta Intermedia, Surakarta, 2010, Hal. 135

Interaksi sosial diartikan sebagai suatu bentuk hubungan antara dua orang atau lebih dimana tingkah laku seseorang diubah oleh tingkah laku yang lain. Di dalam hubungan interaksi sosial inilah terjadi suatu proses belajar mengajar diantara manusia, dimana didalam proses dakwah merupakan permulaan yang fundamental bagi sukses dakwah itu. Tanpa adanya situasi belajar-mengajar makadakah sulit memperoleh tempat didalam hati manusia.

c. Ketertarikan dan sikap positif masyarakat terhadap *da'i*

Ketertarikan masyarakat kepada *da'i* boleh jadi disebabkan karena daya pesona sang *da'i*, misalnya orangnya gagah, sikap lemah lembut dan halus budi, memiliki kemampuan membantu masyarakat dalam problema sosial mereka, dan mampu memberikan harapan masa depan kepada masyarakat luas. Ketertarikan juga dapat terjadi karena kehadiran *da'i* tepat pada saat masyarakat membutuhkan kehadiran figur seorang *da'i*. Yang mana kondisi psikologi masyarakat sedang haus siraman rohani.

Jika masyarakat percaya kepada *da'i* dan memandangnya dengan penuh hormat, dipihak lain *da'i* pun percaya bahwa masyarakat berpikir konstruktif, maka faktor ini memungkinkan terjadinya hubungan baik antara *da'i* dan masyarakat. Jika masyarakat merasa dibantu oleh kehadiran *da'i* dan *da'i* pun merasa dibantu oleh

masyarakat dalam berekspresi diri dan beramal saleh mengembangkan karir, maka hubungan baik mudah terjadi.¹⁴⁶

Faktor inter

Adapun faktor yang mempengaruhi kegagalan tokoh agama dalam mengemban peranannya. Faktor penghambat peran tokoh agama tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :¹⁴⁷

1) Faktor internal

a) Masalah gejala jiwa

Para aktivis dakwah adalah manusia biasa yang lengkap seluruh unsur kemanusiaannya. Wajar jika mereka memiliki permasalahan kejiwaan. Ia bisa merasa sedih, senang, kecewa, dan bangga. Bahkan kadang bingung, cemas, gelisah, namun ada saat tenang dan *sakinah*. Gejalakejiwaan aktivis dakwah bisa berdampak negatif terhadap citra dakwah itu sendiri. Gejala ini dapat berupa gejala syahwat, marah, *heroisme* (semangat berlebihan), kecemburuan (iri dengan kemampuan aktivis

¹⁴⁶ Achmad Mubarak, Psikologi Dakwah, Pustaka Firdaus, Jakarta, 1999, Hal. 97

¹⁴⁷ Cahyadi Takariawan, Tegar di Jalan Dakwah, PT. Era Adicipta Intermedia, Surakarta, 2010, Hal. 135

lain), dan sering mengabaikan masalah yang dianggap ringan.

b) Kejenuhan aktivitas

Kendala yang muncul di medan dakwah bisa berupa kelelahan, baik fisik maupun psikis, karena para aktivis dakwah terlalu banyak beraktivitas. Sebenarnya masalah utamanya terletak pada tidak seimbangnya antara aktivitas ke dalam dan ke luar. Kejenuhan aktivitas ini cenderung terjadi apabila terlalu memprioritaskan gerak keluar, sedang gerak yang menyangkut kapasitas pribadi cenderung diabaikan.

2) Faktor Eksternal

a) Latar belakang keagamaan keluarga

Problem yang biasa muncul bagi para aktivis yang keluarganya tidak paham ajaran Islam, antara lain: lemahnya *tsaqafah* (kecerdasan) Islam dan terpengaruhi kerjanya karena tekanan keluarga.

b) Sifat dan perilaku jahiliah masa lalu

Tidak semua aktivis dakwah tumbuh dan berkembang dalam suasana islami sejak kecilnya. Bisa jadi sebelum tumbuh kesadaran keislamannya, ia adalah orang yang banyak melakukan kejahiliahn serta temperamen yang tidak baik. Kadang-kadang hal itu bisa memunculkan masalah di medan dakwah, di mana sifat dan perilaku tersebut senantiasa dikaitkan dengan keadaan sekarang.

c) Friksi internal

Friksi ini timbul dari lingkungan yang kecil, misalnya intern dari lembaga dakwah, namun bisa juga friksi antar lembaga, atau antar personal pendukung dakwah tanpa melibatkan kelembagaan. Ironisnya, friksi tidak hanya muncul di kalangan orang yang tidak tahu Islam secarabaik, bahkan tidak jarang mereka yang terlalu banyak mendapatkan ilmu juga mungkin mepelopori *tafarruq*(perenungan diri). Rasa-rasanya terlalu sederhana jika alasan perpecahan hanyalah sekedar perbedaan pendapat. Sebab perbedaan pendapat jika masih dalam ruang lingkup *furu'* (cabang) dan bukan *ushul* (pokok) masih bisa diatasi dengan *syura*, dan dalam hal tertentu dalam bentuk *tasamuh*(toleransi). Kadang keinginan untuk menang dan merasa paling benar mendominasi terjadi friksi. Mungkin semula friksi itu kecil saja. Namun, ketika dibiarkan berlalu tanpa penyelesaian bisa menjadi api yang membakar, seperti bara dalam sekam.

Berdasarkan pemaparan mengenai faktor-faktor di atas, penulis pahami bahwa terdapat dua faktor internal yang dapat menghambat peran dakwah. Pertama, masalah gejalak jiwa. Gejalak jiwa berhubungan dengan kondisi psikologi individu tokoh agama. Gejalak jiwa berupa kemarahan, semangat berlebihan, dan iridengan kemampuan aktivis lain. Kedua, kejenuhan aktivitas yaitu merasakan kelelahan yang dikarenakan banyaknya aktivitas tokoh agama. Adapun kejenuhan karena belum adanya perubahan keberagamaan masyarakat yang terlihat oleh

tokoh agama.

Faktor eksternal yang menghambat peran tokoh agama dibagi menjadi tiga: pertama, latar belakang keagamaan keluarga. Buruknya kondisi keluarga membuat persepsi masyarakat enggan menerima penyampaian tokoh agama. Kepercayaan masyarakat akan semakin berkurang apabila mereka terlalu fokus mensoroti tokoh agama sampai pada kehidupan keluarganya. Kedua, latar belakang masa lalu yaitu kondisi yang mana sebelumnya tokoh agama pernah melakukan banyak kemungkaran yang menjadikan masyarakat memandangnya sebagai suatu hal yang tidak pantas ada pada diri tokoh agama. Ketiga, friksi internal yaitu adanya permasalahan di dalam lembaga dakwah atau adanya perbedaan pendapat bahkan permusuhan antar tokoh agama. Lahirnya friksi internal dapat terjadidikarenakan tinggi rendahnya keilmuan antar individu tokoh agama.

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwasannya Allah SWT. selalu menolong dan memberikan kedudukan tinggi bagi siapa saja yang mengajak kepada jalan-Nya, sehingga mereka para aktivis meskipun terlihat mengemban tugas yang berat, tetap saja akan dapat dilalui. Bekal pendukung pendakwah berupa faktor internal dan eksternal, inilah sebab keringanan tersebut. Ditambah lagi, apabila tokoh agama menaruh perhatian lebih terhadap faktor pendukung tentunya akan membawa keberhasilan dan manfaat terhadap efektivitas

perannya. Perhatian ini yang mana tokoh agama mensinergikan faktor pendukung dengan kemampuan yang ia miliki. Dengan demikian, selagi kemampuan dan keteguhan pribadi aktivis tetap terjaga, berbagai bentuk kendala yang hadir, baik dari internal maupun eksternal tidak akan mampu mengoyangkan tokoh agama. Niat dakwah hingga pelaksanaannya akan tetap berjalan istiqomah sampai mencapai hasil.

E. Pengaruh Media Televisi Berhadapan Dengan Peran Tokoh Agama Dalam Membentuk Sikap Keberagaman Masyarakat

Dengan segala kelebihanannya, televisi sebagai media komunikasi dapat berfungsi efektif untuk merubah pola pikir dan perilaku masyarakat. Televisi memiliki kekuatan yang ampuh untuk menyampaikan pesan karena media ini dapat menghadirkan pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri dengan jangkauan yang luas dalam waktu yang bersamaan. Penyampaian isi pesan seolah-olah berlangsung saat itu pula (*live*) antara komunikator dan komunikan. Sehingga televisi dikatakan sebagai media yang dapat menampilkan pesan secara audio visual dan gerak sehingga khalayak lebih mudah memahami pesan apa yang akan disampaikan pada khalayak. Karena dalam media massa televisi, penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan sehingga informasi atau pesan yang

disampaikan oleh televisi tersebut akan mudah dimengerti oleh khalayak karena jelas terdenga secara audio dan terlihat secara visual.

Hal seperti itu sangat relevan dengan fungsi penting dari televisi sebagai media massa, sebagai mana disampaikan oleh Harold Laswell, televisi mempunyai tiga fungsi dimana setiap fungsi tidak berdiri sendiri melainkan saling berkaitan, yaitu:

a. *The survilance of the environment.*

Televisi bertindak sebagai pengamat lingkungan yang selalu akan memberikan berbagai informasi atas hal-hal yang tidak terjangkau khalayak.

b. *The correlation of the parts if society in responding to the environment.*

Media massa lebih menekankan kepada pemilihan, penilaian, penafsiran, tentang apa yang patut disampaikan kepada khalayak. Dengan demikian media massa dapat dinilai sebagai “Gate Keeper” dari arus informasi.

c. *The transmission of the social heritage from generation to the generation.*

Media massa berfungsi sebagai jembatan tata nilai dan budaya dari generasi satu ke generasi berikutnya, atau

dengan kata lain media massa berfungsi sebagai media pendidikan.¹⁴⁸

Lebih jauh lagi, Dominick, sebagaimana yang dikutip oleh Elvinaro, berpendapat bahwa televisi memiliki fungsi yang penting, yaitu;¹⁴⁹

a. *Surveillance* (pengawasan)

Pengawasan peringatan ketika media massa menginformasikan tentang ancaman, kondisi, efek yang memprihatinkan dan pengawasan instrumental yaitu penyampaian dan penyebaran informasi memiliki kegunaan dalam kehidupan sehari-hari.

b. *Interpretation* (penafsiran)

Fungsi penafsiran yaitu televisi tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.

c. *Linkage* (pertalian)

Fungsi yang selanjutnya adalah pertalian yaitu merupakan penyatuan anggota masyarakat yang beragam, membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama, individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok yang mereka saksikan.

d. *Transmission of values* (penyebaran nilai)

¹⁴⁸ Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi*, Duta Wacana University Press, Yogyakarta, 1994, Hal. 15-16.

¹⁴⁹ Ardianto Elvinaro, dkk., *Komunikasi Massa*, Simbiosis Rekatama Media. Bandung 2007. Hal 15-17.

e. *Entertainment* (hiburan)

Televisi memberikan tayangan acara yang bersifat menghibur yang tujuannya untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak.

Acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan bagi para penontonnya. Hal ini disebabkan oleh pengaruh psikologis dari program acara televisi itu sendiri. Televisi seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga mereka terhanyut dalam keterlibatan akan kisah atau peristiwa yang disajikan oleh televisi.¹⁵⁰ Menurut Kuswandi ada tiga dampak yang ditimbulkan dari acara televisi terhadap khalayak pemirsa:

1. Dampak kognitif yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa.
2. Dampak peniruan yaitu pemirsa dihadapkan pada trend aktual yang ditayangkan televisi.
3. Dampak perilaku yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari.¹⁵¹

¹⁵⁰ Onong Uchjana Effendy. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. RemajaRosdakarya. Bandung 2002. Hal. 122.

¹⁵¹ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. (Rineka Cipta: Jakarta 1996), Hal. 99

Dari uraian di atas, dapat dipahami bahwa media televisi memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membangun sikap dan perilaku pemirsanya, termasuk sikap dan perilaku keberagaman masyarakat. Artinya, sikap dan perilaku keagamaan masyarakat secara teoritis dapat dipengaruhi oleh acara-acara keagamaan yang ditayangkan di televisi. Dan itu menjadi satu kesatuan dari tujuan acara-acara yang bertajuk dakwah pada televisi-televisi saat ini, selain memang ada kepentingan komersial yang juga tidak terpisah dari perusahaan televisinya.

Akan tetapi, acara-acara bertajuk dakwah itu ternyata tidak otomatis juga mempengaruhi sikap dan perilaku keagamaan masyarakat. Betul bahwa tayangan-tayangan religi tersebut telah hadir dan telah dinikmati oleh masyarakat muslim, termasuk kalangan masyarakat NU, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Akan tetapi, nilai-nilai yang disampaikan oleh para dai atau nara sumber dari tayangan religi itu bukanlah satu-satu rujukan bagi masyarakat NU dalam hal keagamaan. Bagi masyarakat NU secara umum, rujukan utama dalam hal wawasan dan pelaksanaan keagamaan adalah para tokoh-tokoh agama yang mereka percayai, bisa ustadz, ulama atau kyai terutama yang ada di lingkungan mereka. Merekalah rujukan utamanya.

Dalam pergaulan sosial di masyarakat munculnya berbagai kemajuan mempengaruhi perilaku dan pola bersikap warga masyarakat. Banyak perilaku-perilaku

menyimpang yang ditemukan dalam masyarakat, yang pada tahap selanjutnya bisa mengganggu ketentraman masyarakat. Dalam kaitan ini, peran tokoh agama memiliki peranan yang sangat penting untuk menanamkan prinsip-prinsip etik dan moral masyarakat. Seorang tokoh agama (kyai) biasanya sangat dikagumi dan tentunya ditiru oleh masyarakat sebagai pembimbing moral dan motivator terhadap orang lain tanpa menghiraukan status sosial dan kedudukannya. Ajaran tentang arti penting efisiensi dalam menjalani kehidupan, hidup sederhana, tidak berlebihan dan tawakkal, serta senantiasa mengabdikan pada Tuhan adalah contoh kecil sifat yang diadopsi dari tokoh agama (kyai).

Kyai merupakan status yang dihormati dengan seperangkat peran yang dimainkannya dalam masyarakat. Sebagai akibat dari status dan peran yang disandangnya, ketokohan dan kepemimpinan kyai telah menunjukkan betapa kuatnya kecakapan dan pancaran kepribadian dalam memimpin pesantren dan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana seorang kyai membangun peran strategis sebagai pemimpin masyarakat non-formal melalui intensif dengan masyarakat. Sejak masa kolonial,¹⁵² bahkan jauh sebelum itu, peran kyai tampak lebih menonjol dibandingkan dengan masa sekarang yang mulai

¹⁵² Edi Susanto, *Kepemimpinan (kharismatik) Kyai dalam Perspektif Masyarakat Madura*, Karsa, No. 1 (2007), Hal. 31-33

memudar. Melalui kharisma yang melekat padanya, kyai dijadikan imam dalam bidang 'ubudiyah dan sering diminta kehadirannya untuk menyelesaikan problem yang menimpa masyarakat, rutinitas ini semakin memperkuat peran kyai dalam masyarakat, sebab kehadirannya diyakini membawa berkah.

Fungsi dan Peran tokoh agama sangat dibutuhkan sebagai sarana media menguat keyakinan para penganut agama yang dianutnya. peran tokoh agama setiap agama yang ada di Indonesia pada khususnya memiliki tanggung jawab besar dalam menguatkan ajarannya kepada umat.¹⁵³

Ada dua fungsi keagamaan yang cukup sentral dari tokoh agama. 1) Fungsi pemeliharaan ajaran agama. Makna dari fungsi pemeliharaan adalah bahwa tokoh agama memiliki hak dan wewenang untuk memimpin upacara-upacara keagamaan, disamping berfungsi sebagai penjagakemurnian ajaran agamanya. karena itu tokoh agama selalu mengajarkan ritual keagamaan secara benar dan berperilaku sesuai dengan ajarannya, bereaksi dan mengoreksi apabila terjadi penyimpangan-penyimpangan. 2) Fungsi Pengembangan Ajaran Agama Fungsi pengembangan ajaran adalah bahwa mereka berupaya melakukan misi untuk mnyiarkan ajaran agama dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas

¹⁵³ Elli M Stiadi, *Pengantar Sosiologi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), Hal. 34.

pemeluknya. Fungsi tokoh agama yang sedemikian strategis dan tugas-tugasnya yang amat penting membuat tokoh agama atau imam masjid harus memenuhi profil ideal.¹⁵⁴

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa, tugas dan fungsi tokoh agama adalah dalam kehidupan masyarakat, tokoh agama mempunyai tanggung jawab yang besar dalam pemeliharaan ajaran agama agar tidak terjadinya penyimpangan-penyimpangan, pengembangan ajaran agama agar meningkatkan kualitas dan kuantitas pemeluknya, dengan memberikan bimbingan agama Islam yang bertujuan untuk membimbing masyarakat agar memiliki nilai-nilai agama.

Tokoh agama mempunyai peran yang sangat besar untuk menyebarkan ajaran agama yang sebenar-benarnya, sehingga seorang individu pemeluk agama dapat lebih mendalami ajaran agama yang di anutnya, dan akhirnya mampu menjalankan segala perintah dan menjauhi segala larangan-Nya, sesuai dengan apa yang di perintahkan Allah Swt. Secara khusus peran tokoh agama meliputi perkembangan dan pembinaan akhlak keagamaan individu pemeluk agama, agar mempunyai akhlak yang sesuai dengan yang terkandung dalam Al Qur'an dan Sunnah. Hal ini mencakup pembinaan akhlak keagamaan dalam

¹⁵⁴ Ronald, *Tokoh Agama Dalam Masyarakat*, edisi Kedua, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), Hal.28

kehidupan keluarga, masyarakat, bangsa dan negara.¹⁵⁵ Menurut Imam Bawani, ada tiga peran penting tokoh agama Islam dalam pembinaan akhlak yaitu peran kaderisasi, peran pengabdian dan dakwah.

1) Peran kaderisasi, dimana tokoh agama Islam mempunyai peran melaksanakan kegiatan kadernisasi di tengah masyarakat. Tokoh agama Islam dengan kemampuan yang dimiliki dituntut mampu melaksanakan kadernisasi. Melakukan kadernisasi berarti menuntut tokoh agama bergabung dalam suatu wadah (pengabdian diri) yang dikelola sendiri maupun bekerja sama dengan organisasi.

2) Peran pengabdian, dimana tokoh agama Islam mengabdikan diri secara langsung dalam kegiatan masyarakat. Dimana tokoh agama Islam harus hadir ditengah-tengah masyarakat, membantu dan membimbing kearah kemajuan. Tokoh agama bertindak dalam masyarakat yang ingin membebaskan masyarakat dari segala belenggu kehidupan, membaaur ke dalam masyarakat agar bisa mengenal watak, aspirasi dan cita-cita dan membimbing masyarakat ke arah yang lebih baik. Tokoh agama harus bisa memberikan contoh yang baik bagi masyarakat, bersikap yang mencerminkan pribadi

¹⁵⁵ Tarb Tahir Muin, *Membangun Islam*, (Bandung: PT Rosda Karya, 1996), 3

muslim dan dalam setiap perilakunya dijadikan suri tauladan.

3) Peran dakwah, karena berdakwah merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang yang memiliki pengetahuan yang luas tentang agama dan dapat mengajak, mendorong dan memotivasi orang lain. Tokoh agama Islam berperan menangkal praktek kehidupan yang tidak benar dan meluruskan kepada jalan yang benar, mengemukakan gagasan yang kreatif mengenai berbagai sektor pembangunan, menyadarkan manusia tentang kehidupan masa depan yang elbih baik.

Tokoh agama memiliki kapasitas untuk memanusiakan manusia (proses humanisasi) melakukan penegakkan kebenaran dan pencegahan kemungkaaran (proses liberisasi) dan menciptakan masyarakat berkeyakinan yang tegih.¹⁵⁶ Tokoh agama berperan memberikan petunjuk dan bimbingan guna mengatasi perselisihan-perselisihan pendapat, problem-problem sosial yang hidup dan berkembang dalam masyarakat.¹⁵⁷

Perkembangan kehidupan kehidupan yang sangat cepat akhir-akhir ini, dengan penemuan-penemuan baru dalam bidang ilmu dan teknologi, telah menimbulkan

¹⁵⁶ Imam Bawani, *Cendekiawan Muslim dalam Perspektif Pendidikan Islam*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1991), 5

¹⁵⁷ Anwar Shabri Shaleh, *Pelopor Al-Qur'an Kota Seribu Parit Indragiri Hilir Kh. Bustani Qadri*, Riau: PT Indragiri Dot Com, 2014), Hal. 52

suatu pertanyaan yang cukup mendasar berkenaan dengan keududukan dan fungsi agama. Kehidupan modern telah menunjukkan bahwa sejarah umat manusia dapat mengatakan bahwa agama, sampai batas tertentu, telah ditinggalkan, tidak dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan dalam bidang-bidang tertentu dalam kehidupan. Bidang-bidang yang di dalamnya adama masih dipertimbangkan, sering terasakan, dianggap kurang begitu penting. Walaupun jumlah orang yang menunjukkan diri sebagai pemeluk agama yang cukup bersemangat, melalui berbagai atribut dan kegiatan yang tampak jelas, terus bertambah.¹⁵⁸

Tokoh agama merupakan figur yang dapat diteladani dan dapat membimbing dengan apa yang diperbuat pasti akan diikuti oleh umatnya dengan taat. Keyakinan masyarakat bermacam-macam bentuknya, ada yang sekedar memiliki keyakinan bahwa tokoh agama tersebut hanya sebagai orang yang menjadi tempat bertanya dan berdiskusi tentang agama, hingga seseorang yang menyakini tokoh agama sebagai seseorang yang penting atau ikut andil dalam pengambilan keputusan hidupnya.¹⁵⁹

¹⁵⁸ Macashin, *Islam Dinamis Islam Harmoni Lokalitas, Pluralisme, Terorisme*, (Yogyakarta: PT LkiS Printing Cemerlang, 2011), Hal. 309

¹⁵⁹ Wenny Ekaswati, *Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kyai Naskah Publikasi*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia, 2006), Hal. 7

Tokoh agama sebagai orang yang dianggap lebih kompeten dalam masalah agama diharapkan dapat merubah pola pikir masyarakat modern yang telah lupa pada kodrat awalya sebagai makhluk yang beragama menjadi lebih tahu mengenai agama yang sbenarnya dan menggunakan kemaujan teknologi sesuai dengan kapasitas yang memang benar-benar dibuthkan. Tokoh agama memilki peran strategis sebagai agen peranahan sosial atau pembangunan. Ada tiga peran penting yang dapat dijalankan oleh tokoh agama, yaitu peran edukasi yang mencangkup seluruh dimesnsi kemanusiaan dan membangun karakter. Kedua, peran memberi pencerahan kepada masyarakat disaat situasisituasi tidak menentu. Ketiga peran membangun sistem, satu tradisi, budaya yang mencerminkan kemuliaan.

c. Sifat Tokoh Agama

Sifat adalah suatu keadaan yang menurut kodratnya ada pada sesuatu benda, orang dan sebagainya. Para tokoh agama harus memiliki sifat yang baik agar bisa menjadi teladan bagi masyarakat. Ada beberapa sifat yang harus dimiliki oleh toko agama. 1. Rabbani. Melaksanakan tugas-tugas merupakan upaya mewujudkan masyarakat yang rabbani,yakni masyarakat yang sikap dan perilakunya disesuaikan dengan nilai-nilai keagamaan. 2. Ikhlas. Dalam setiap amal, keikhlasan merupakan modal penting. Sebanyak dan sebesar apapun amalseseorang bila tanpa keikhlasan tidak ada nilai apapun di sisi Allah SWT.

Dengan keikhlasan, tugas-tugas yang berat akan terasa menjadi ringan. Ikhlas memberikan sesuatu tanpa mengharpkan imbalan dengan ketulusan hati. 3. Sabar. Kesabaran yang merupakan wujud dari menahandiri dari sikap dan perilaku emosional merupakan sesuatu yang amat diperlukan oleh seseorang tokoh agama. Sikap sabar merupakan sesuatu bentuk pemberi ketenangan jiwa dalam menghadapi segala sesuatu hal yang muncul di sekitar lingkungan hidup. 4. Adil dan bijaksana. Tidak sedikit tempat ibadah yang menjadi lahan rebutan bagi kelompokkelompok tertentu dalam masyarakat untuk menguasai guna mengembangkan pendapat dan pemahnyanya masing-masing. Di samping itu terjadi juga konflik antara yang tua dengan yang muda, bahkan konflik kepentingan politik. Oleh karena itu, para tokoh agama harus bertindak adil dan bijaksana dalam menyikapi perbedaan kelompok dan berbagai kepentingan sehingga bisa mengarahkan tempat ibadah pada fungsi yang sebenar-benarnya yang salah satunya adalah sebagai pusat untuk memperkokoh Ukhuwah Islamiah, dari ini diaharapkan terwujud sikap saling hormat menghormati dan menghargai perbedaan pendapat. 5. Jujur. Salah satu yang paling penting harus tegak dalam kehidupan masyarakat Islam adalah kejujuran. Namun hal ini harus disadari sebagai sesuatu yang tidak terwujud dengan sendirinya, diperlukan proses yang sungguh-sungguh, karena itu tokoh agama sangat dituntut untuk memiliki sifat jujur. Apabila seseorang tokoh

memiliki sifat jujur, maka apa yang menjadi pesan dan programnya diwujudkan juga dalam kehidupan sehari-hari.

6. Berilmu. Dalam mengurus apapun, ilmu dan wawasan yang luas amat diperlukan, apalagi dalam kapasitas sebagian tokoh harus memimpin dan membimbing masyarakat. Ilmu keislaman merupakan sesuatu yang mtlak untuk dipahami dan dikuasai dengan baik sehingga seseorang tokoh tidak bigung dalam menyikapi, menanggapi dan menjawab masalah-masalah yang terkait dengan bidang keagamaan dan keislaman. Wawasan kontemporer atau masalah yang sekarang sedang berkembang juga sangat perlu untuk dipahami oleh seseorang tokoh. Semikian juga, persoalan yang berkembang itu bisa disikapi tanpa harus melanggar nilai-nilai Islam bahkan justru nilai-nilai islam bisa memberi arah yang positif. Keharusan memiliki ilmu yang banyak dan wawasan yang luas juga harus dimiliki oleh seorang tokoh agama agar tidak boleh sembarangan bertindak.¹⁶⁰

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa fungsi dan sifat tokoh agama mempunyai peran penting dalam menginternalisasikan nilai-nilai keagamaan ke dalam masyarakat. Sifat-sifat yang di atas menggambarkan keadaan tingkah laku yang ada pada setiap tokoh agama. Keadaan tingkah laku yang dimunculkan menjadi contoh

¹⁶⁰ Taufik Al-Wa'iy, *Dakwah Kejalan Allah; Muatan, Sarana dan Tujuan* (Jakarta: Robbani Press, 2010), Hal. 141.

bagi masyarakat. Dan itulah yang menjadikan warga NU Banten memiliki kepatuhan yang sangat kuat kepada ustadz atau kyai mereka. Karena mereka mengetahui sifat-sifat yang dimiliki mereka sehingga layak untuk didengar dan menjadi panutan dalam pelaksanaan keagamaan mereka.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ;

Pertama, televisi sebagai salah satu media massa elektronik menjadi media alternatif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Televisi dianggap strategis dalam menyampaikan pesan karena memiliki beberapa karakteristik, diantaranya; 1. Televisi memunculkan gambar dan narasi hidup sehingga televisi menjadi lebih menarik dibandingkan media cetak. 2. Televisi mengutamakan kecepatan. Kecepatan bahkan menjadi salah satu unsure yang menjadikan berita televisi bernilai. Berita paling menarik atau menonjol dalam rentang waktu tertentu, pasti akan ditayangkan paling cepat oleh televisi. 3. Televisi memiliki daya jangkau luas. Ini berarti televisi menjangkau segala lapisan masyarakat, dengan berbagai latar belakang social-ekonomi. Orang buta huruf tidak mungkin membaca berita media cetak, tetapi ia bisa menonton berita televisi. 4. Televisi memiliki kecenderungan komunikasi massa satu arah. Komunikasi hanya berlangsung satu arah dan tidak terdapat arus balik kepada komunikator. Karena arus balik dalam komunikasi massa tidak dapat diketahui seketika oleh komunikator atau dengan kata lain hanya diketahui

setelah proses komunikasi itu terjadi. Meskipun saat ini, pada acara-acara tertentu ada komunikasi interaktif. 5. Televisi menjadi media massa yang mampu menimbulkan keserampakan pada khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disampaikan dan ini merupakan ciri yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi yang lainnya. Dari kelima karakteristik media massa, televisi memang memiliki ciri-ciri tersebut. Akan tetapi pada saat ini sudah ada dinamika sesuai dengan perkembangan teknologi. Sehingga ciri-ciri tersebut tidak semuanya dapat dilekatkan kepada media televisi secara utuh. Misalnya, dalam beberapa program acara di televisi, sudah ada beberapa program yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. Dalam beberapa acara talk show misalnya, para pemirsa juga diberikan kesempatan bertanya dan memberikan komentar secara langsung.

Kedua, Meskipun televisi sebagai media komunikasi massa mempunyai peran yang strategis untuk mempengaruhi persepsi, perasaan, sikap dan perilaku keagamaan masyarakat. Akan tetapi, di kalangan masyarakat NU Banten, tayangan-tayangan religi yang disajikan televisi itu tidak serta merta mempengaruhi persepsi, perasaan, sikap dan perilaku masyarakat NU Banten. Secara kultur, masyarakat NU mempunyai kepatuhan yang kuat kepada tokoh agama, baik ustadz, ulama atau kyai yang berada di lingkungan mereka. Tokoh

agamalah yang memiliki otoritas keagamaan. Rujukan utama dalam hal agama adalah figur yang telah ditokohkan tersebut. Ketokohan para ustadz, kyai atau ulama itu karena pada diri mereka memang memiliki sifat atau karakteristik ideal sebagai tokoh rujukan dan panutan. Karakteristik ideal tersebut dalam hal; spiritualitas, keilmuan, keikhlasan, kesabaran, pengabdian, keadilan, kebijaksanaan, dan kejujuran.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini dan penelitian-penelitian sebelumnya tentang pengaruh media terhadap eksistensi keberagamaan, di mana subyek yang dijadikan wilayah penelitian adalah satu komunitas tertentu. Mungkin menjadi lebih menarik jika pengaruh media terhadap eksistensi keberagamaan ini diteliti dengan mengkomparasikan antara dua atau lebih komunitas yang mungkin memiliki cara pandang dan kultur yang cenderung berbeda.

DAFTAR PSUTAKA

- Anggito, Albi, Setiawan, Johan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, Cetakan Pertama, Oktober 2018.
- Annazilli, M Haqiqi. 2018. "Relasi antara Agama dan Media Baru". *Syi'ar*, Vol. 18, No. 2, 27-44
- Atwar Bajari dan S. Sahala Tua Saragih. 2011. *Komunikasi Kontekstual: Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Basit, Abdul *Filsafat Dakwah*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013
- Bawani, Imami, *Cendekiawan Muslim dalam Perspektif Pendidikan Islam*, Surabaya: Bina Ilmu, 1991
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cetakan Ke-5, November 2011.
- Daryanto., Rahardjo, Muljo. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media. Cetakan I, 2016.
- Deddy Mulyana. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Deddy Mulyana dan Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh Penelitian*
- Diane Perrons, "Understanding Social and Spatial Divisions in the New Economy: New Media

- Clusters and the Digital Divide Economic Geography” Vol. 80, No. 1 (Jan., 2004), pp. 45-61
Published by: Clark University Article Stable
URL: <http://www.jstor.org/stable/30032955>
- Ekaswati, Wenny, *Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kyai Naskah Publikasi*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia, 2006
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cetakan Ke-1
- Eriyanto. 2012. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Fabun, Don. 1968. *Communications; The Transfer of Meaning*. Beverly Hills, Cal: GilencoePress.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gerbner, G. 1996. “On Defining Communication Still Another View” (Journal of Communication, 16).
- Gorden, William I. 1978. *Communication: Personal and Public*. Sherman Oaks, CA: Alfred. Hafied Cangara. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hafied Cangara 2009. *Komunikasi Politik: Konsep Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Hakim, Dani Rahman., Rosini, Iin. 2018. *Metode Penulisan Ilmiah*. Tangerang Selatan: UNPAM Press, Cetakan Pertama, Oktober 2018.
- Haryono, Cosmas Gatot. 2020. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak, Cetakan Pertama, Oktober 2020.
- Ismail, Ilyas dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah (Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam)*, Kencana, Jakarta, 2011
- Jamal Ma'mur Asmani, 2007, *Fiqh Sosial Kiai Sahal Mahfudh; Antara Konsep dan Implementasi*, Penerbit: Khalista, Surabaya, Cetakan: I, Desember 2007, Tebal: xxxiii + 373 halaman
- Jamal Malik. Autumn 2006. "Religion in Media: The Media of Religion: Migration, The Media, and Muslims". *Islamic Studies*, Vol. 45, no 3.
- Kahn, Richard dan Douglas Kellner. "New Media and Internet Activism: From The 'Battle of Seattle' to Blogging." *New Media & Society*, Copyright © SAGE Publications London, Thousand Oaks, CA and New Delhi Vol 6 (1) (2004), 87-95 DOI: 10.1177/1461444804039908, www.sagepublications.com.
- KBBI Daring, diakses dari <https://kbbi.web.id/peran> , 15 September 2021
- Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Lang, Kurt dan Gladys Engel Lang. "Personal Influence" and the New Paradigm: Some Inadvertent Consequences." *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 608, Politics, Social Networks, and the History of Mass Communications Research: Rereading Personal Influence (Nov., 2006), 157-178 Published by: Sage Publications, Inc. in Association with the American Academy of Political and Social Science Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/25097859>.
- Lasswell, Harold, *The Structure and Function of Communication in Society*, dalam Harper and Lofstedt, Ragnar, E. 2008. "Risk Communication, Media Amplification and Aspartame Scare".
- Macashin, *Islam Dinamis Islam Harmoni Lokalitas, Pluralisme, Terorisme*, Yogyakarta: PT LkiS Printing Cemerlang, 2011
- Majid, Anouar dan V. M. Moghadam. "Communications." *Middle East Journal*, Vol. 56, No. 1 (Winter, 2002), 186-187 Published by: Middle East Institute Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/4329747>.
- Maryani, Eni. *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Cetakan Pertama, Januari 2011.
- McNair, Brian. 2003. *Introduction to Political Communication*. London: Routledge Taylor & Francis Group.

- McQuail, Denis. Diterjemahkan oleh Izzati, Putri Iba. *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika. 2011.
- Meuleman, Johan. 2011. "Dakwah, Competition for Authority, and Development". KITLV, Royal Netherlands Institute of Southeast Asian and Caribbean Studies, Vol. 167. No. 2/3.
- Miettinen, Topi dan Sigrid Suetens. "Communication and Guilt in a Prisoner's Dilemma." *The Journal of Conflict Resolution*, Vol. 52, No. 6 (Dec., 2008), 945-960 Sage Publications, Inc. Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/27638646>.
- Miller, Katherine . 2005. *Communication Theories: Perspektif, Processes, and Contexts, International Edition*. Singapura: McGraw-Hill.
- Moleong. 2000. *Metodologi penelitian Kualitatif Edisi IV*. Yogyakarta; Rake Sarasin. Moleong. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Remaja Rosda Karya.
- Morissan, M.A., *Jurnalisme Televisi Mutakhir*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008
- Mubarok, Achmad, *Psikologi Dakwah*, Pustaka Firdaus, Jakarta, 1999,
- Nazir, Moh. 2017. *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, Cetakan Ke-11, Februari 2017.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: _____, Juni 2014.

- Nurfatihah, Siti, *Produksi Program Televisi Studi Kasus Acara Variety Show Dahsyat di RCTI*, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Program Studi Ilmu Komunikasi Banten, 2015
- Onong Uchjana Effendi. 1997. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- P. J. Watson, Ronald J. Morris, James E. Foster and Ralph W. Hood, Jr. Religiosity and Social Desirability, *Journal for the Scientific Study of Religion* Vol. 25, No. 2 (Jun., 1986), pp. 215-232, Published by: Wiley
 Article Stable URL:
<http://www.jstor.org/stable/1385478>.
- Prawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta, LkiS.
- Putra, Mardhan Kurniawan, *Pengaruh Tayangan Berita Jurnal Sore Di Esa TV Terhadap Kepuasan Menonton Mahasiswa*, Universitas Bengkulu Jurusan Ilmu Komunikasi, 2014
- Raco, J.R. M.E., M.Sc., *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Bandung: PT Grafindo Media Pratama.
- Rebecca Rogers, Elizabeth Malancharuvil-Berkes, Melissa Mosley, Diane Hui and Glynis O'Garro Joseph *Critical Discourse Analysis in Education: A Review of the Literature Review of educational Research* Vol. 75, No. 3 (Autumn, 2005), pp. 365-416, Published by: American Educational Research

- Association Article Stable URL:
<http://www.jstor.org/stable/3515986>
- Richard B. Felson, "Mass Media Effects on Violent Behavior Annual Review of Sociology" Vol. 22, (1996), pp. 103-128 Published by: Annual Reviews
 Article Stable URL:
<http://www.jstor.org/stable/2083426>
- Rivers, William L., et al. Diterjemahkan oleh Munandar, Haris., Priatna, Dudy. *Media Massa dan Masyarakat Modern Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media. Cetakan pertama, Desember 2003.
- Rivers, William L., et al. Diterjemahkan oleh Munandar, Haris., Priatna, Dudy. *Media Massa dan Masyarakat Modern Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media. Cetakan Pertama, Desember 2003.
- Ronald, *Tokoh Agama Dalam Masyarkat*, edisi Kedua, Jakarta: Rineka Cipta, 2004
- Ruben, Brent D., Stewart, Lea P. Diterjemahkan oleh Hamad, Ibnu. *Komunikasi dan Perilaku Manusia (Edisi Kelima)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada. Cetakan ke-2, Desember 2014.
- Rukin. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, Cetakan Pertama, Oktober 2019.
- Severin, Werner J., Jr, James W. Tankward. Diterjemahkan oleh Hariyanto, Sugeng. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode & Terapan di dalam Media Massa (Edisi*

- Kelima*). Jakarta: Prenada Media Kencana. Cetakan ke-5, Januari 2011.
- Shaleh, Anwar Shabri, Pelopor Al-Qur'an Kota Seribu Parit Indragiri Hilir Kh. Bustani Qadri, Riau: PT Indragiri Dot Com, 2014
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Cetakan Kelima, Maret 2013.
- Soekamto, Soejono, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Rajawali Pers, Jakarta, 1990
- Soyomukti, Nurani. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. Cetakan I, 2010.
- Speck, Sandra K. Smith and Abhijit Roy, "The Interrelationships between Television Viewing, Values and Perceived Well-Being: A Global Perspective *Journal of International Business Studies*" Vol. 39, No. 7 (Oct. - Nov., 2008), pp. 1197-1219 Published by: Palgrave Macmillan Journals Article Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/25483336>.
- Strohm, Susan M., "The Black Press and The Black Community The Los Angeles Sentinel's Coverage of The Watts Riots" dalam Mary S. Mander (Ed.). 1999. *Framing Friction Media and Social Conflict*. Urbana: University of Illinois Press.
- Subadi, Tjipto. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press,

- Universitas Muhammadiyah Surakarta, Cetakan Pertama, April 2006.
- Subiakto, Henry., Ida, Rachmah. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi: Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Cetakan ke-1, September 2012.
- Sutaryo, *Sosiologi Komunikasi*, Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005
- Sutaryo, *Sosiologi Komunikasi*, Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005
- Suwendra, I Wayan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra Publishing House, Cetakan Pertama, Agustus 2018.
- Syahputra, Iswandi. 2016. "Agama di Era Media. Kode Religius dalam Industri Televisi Indonesia." *Esensia*, Vol. 17, No.1, 125-138
- Takariawan, Cahyadi, *Tegar di Jalan Dakwah*, PT. Era Adicipta Intermedia, Surakarta, 2010
- Taufik Al-Wa'iy, *Dakwah Kejalan Allah; Muatan, Sarana dan Tujuan*, Jakarta: Robbani Press, 2010
- Tubbs, Stewart L., Moss, Sylvia. Diterjemahkan oleh Mulyana, Deddy. *Human Communication (Konteks-konteks Komunikasi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Cetakan Ketiga, Agustus 2001.
- Turmudi, Ending, *Perselingkuhan Kiai Dan Keksaan*, LkiS, Yogyakarta , 2004

- Vandenabeele, Bart. 2004. "New Media, Art, And Intercultural Communication". *Journal of Anthropologist, New Series*, Vol. 104, No. 3 (Sep., 2002), pp. 754-759.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa, Edisi Kedepalan*. Jakarta: Kencana. Ziemek, Manfred. 1986. *Pesantren dalam Perubahan Sosial*. Jakarta: P3M.
- Wahyuni, Dwi. 2017. "Agama sebagai Media dan Media sebagai Agama." *JIA*. Vol. 18, No. 2, 18-31
- Zohar, Danah dan Ian Masrshall, *Spiritual Capital: Memberdayakan SQ Di dunia Bisnis*, PT Mizan Pustaka, Bandung, 2004