

PEMAKNAAN RITUAL ZIARAH

PERSPEKTIF KOMUNIKASI TRANSENDENTAL

(Studi Kasus Ritual Ziarah di Masjid Agung Banten)

ILAH HOLILAH, S.Ag., M.Si.



Pusat Penelitian dan Penerbitan (Puslitpen)
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M)
Institut Agama Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten
Tahun 2015

Laporan Akhir Penelitian

PEMAKNAAN RITUAL ZIARAH PERSPEKTIF KOMUNIKASI TRANSENDENTAL

(Studi Kasus Ritual Ziarah di Masjid Agung Banten)

Oleh

ILAH HOLILAH, S.Ag., M.Si.

**Pusat Penelitian dan Penerbitan
Lembaga Penelitian dan Penganbdian
kepada Masyarakat**

**Institut Agama Islam Negeri
Sultan Maulana Hasanuddin Banten**

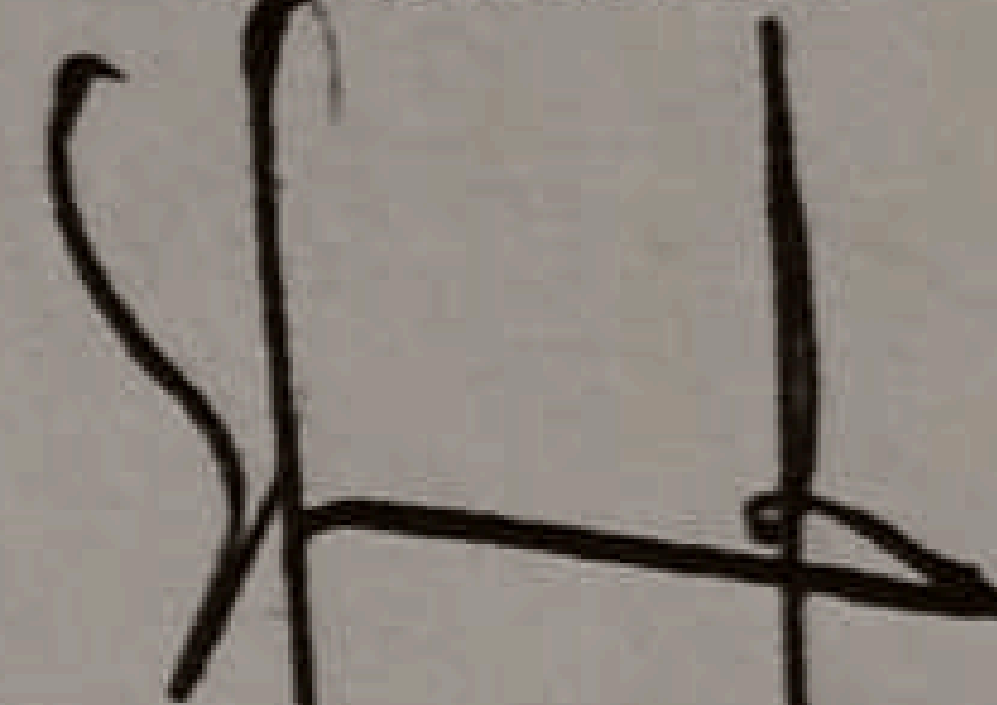
Tahun 2015

**LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENELITIAN INDIVIDU
TAHUN ANGGARAN 2015**

Judul Penelitian : Pemaknaan Ritual Ziarah Perspektif
Komunikasi Transendental (Studi Kasus Ritual
Ziarah di Masjid Agung Banten)
Kategori : Block Grant Penelitian Kompetitif Individual
Peneliti : Ilah Holilah, S.Ag., M.Si.
NIP : 19710106 199803 2 003
Pangkat/Gol : Pembina/IV (a)
Jabatan : Lektor Kepala
Jangka Waktu : Juni s/d September 2015
Biaya : Rp. 13.000.000,-

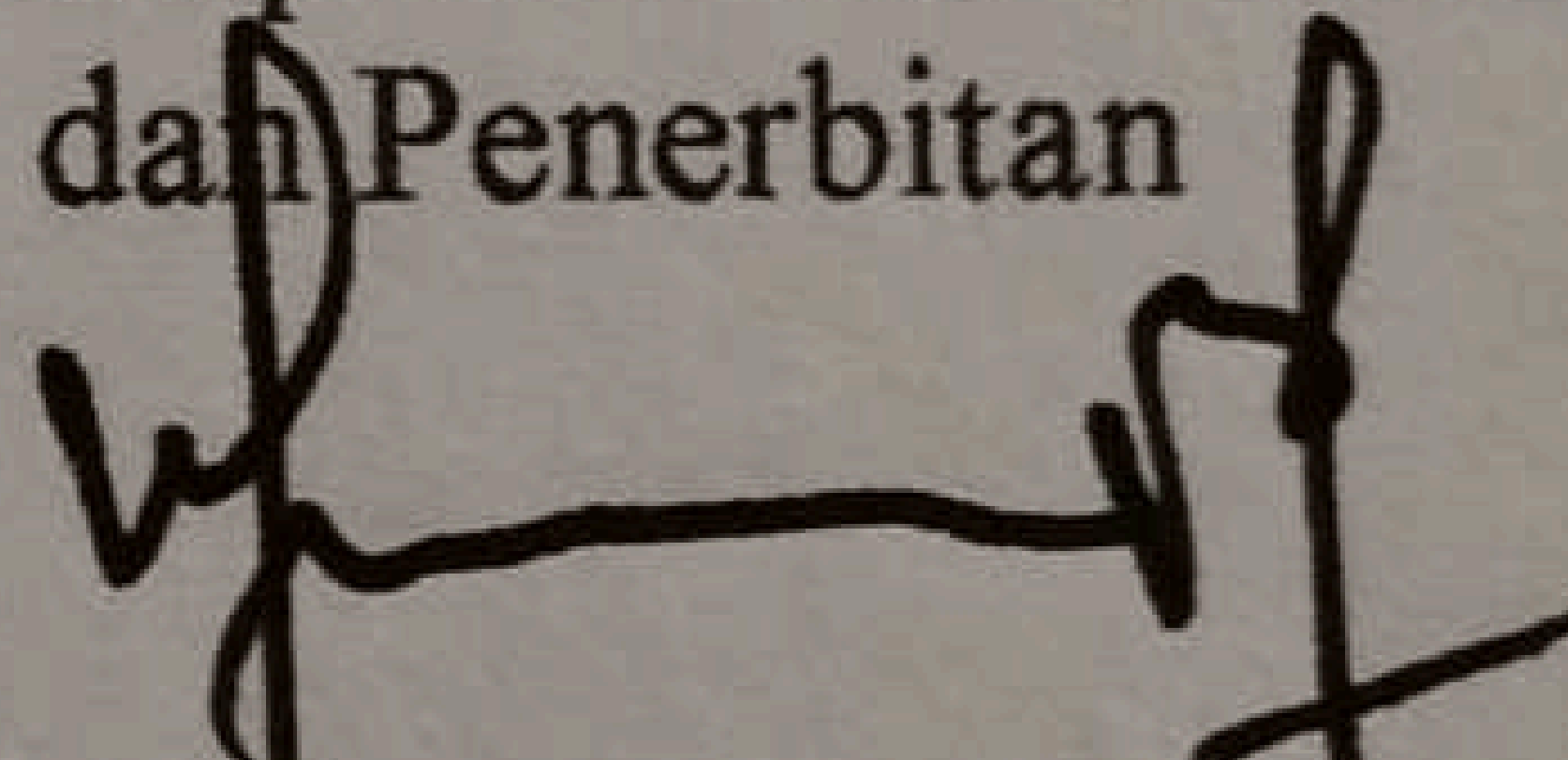
Serang, Nopember 2015

Peneliti



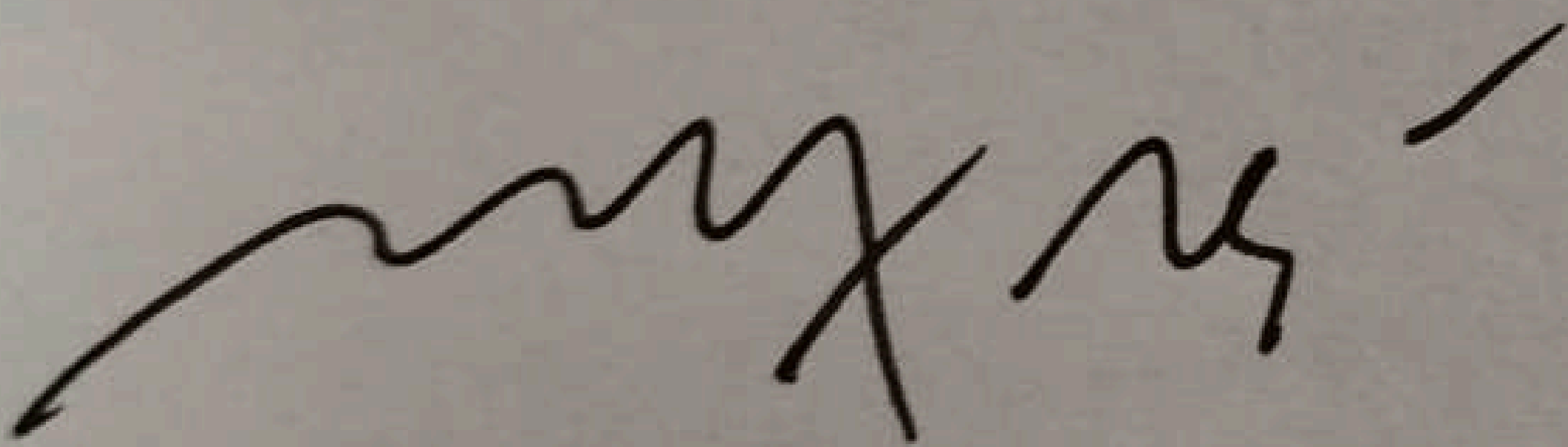
Ilah Holilah, S.Ag., M.Si.
NIP. 19710106 199803 2 003

Kepala Pusat Penelitian
dan Penerbitan



Drs. Wazin, M.Si.
NIP. 19630225 199903 1 005

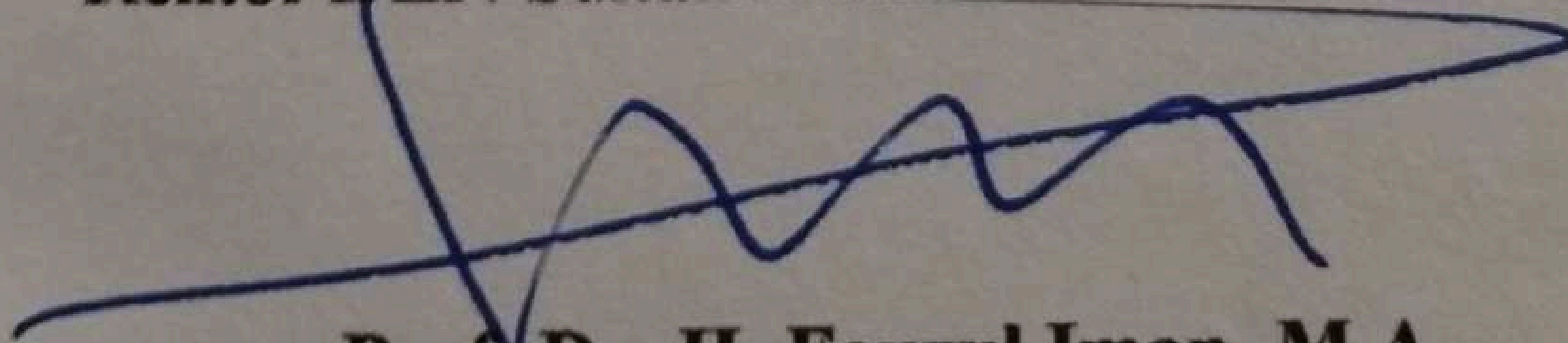
Ketua LP2M



Mufti Ali, M.A., Ph.D.
NIP. 19720806 200012 1 001

Mengetahui

Rektor IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten



Prof. Dr. H. Fauzul Iman, M.A.
NIP. 19580324 198703 1 003

KATA PENGANTAR

Berkat Rahmat dan pertolongan Allah SWT, akhirnya Laporan Akhir Hasil Penelitian Individu yang berjudul *“Pemaknaan Ritual Ziarah Perspektif Komunikasi Transedental, Studi Kasus Ritual Ziarah di Masjid Agung Banten* dapat diselesaikan.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah membantu, memfasilitasi, dan mensupport data baik data literatur maupun data di lapangan, sehingga menghasilkan sebuah penelitian kualitatif.

Untuk kegiatan perbaikan dan penelitian lanjutan, maka saran dan komentar dari pembaca sangat kami harapkan. Penulis percaya, walaupun hasil penelitian ini masih jauh dari sempurna, namun diharapkan dapat memberikan manfaat bagi yang memerlukannya.

Semoga.

Jakarta, 25 Oktober 2015

Ilah Holilah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Maksud dan Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Teori Komunikasi	9
1. Unsur-unsur Komunikasi	21
2. Dimensi Komunikasi	24
3. Prinsip-prinsip Komunikasi	27
4. Teori Model Komunikasi	36
5. Tipe-tipe Komunikasi	83
6. Tradisi Komunikasi	94
7. Metafora Model dalam Komunikasi	97
8. Kelebihan dan Keterbatasan Model	103
9. Tujuan, Peranan dan Fungsi Komunikasi ...	107
10. Pesan Komunikasi	114
11. Metakomunikasi Pesan	118
B. Komunikasi Transedental	125
C. Konsep tentang Ziarah	137
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	143
B. Teknik Pengumpulan Data	153
1. Observasi	155
2. Wawancara	163
3. Kajian Pustaka	164
C. Teknik Analisa Data	164

BAB IV PEMAKNAAN ZIARAH DI MASJID AGUNG BANTEN SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI TRANSEDENTAL	
A. Sejarah Masjid Agung Banten.....	167
B. Pemaknaan Ziarah sebagai Bentuk Komunikasi Transedental	170
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	185
DAFTAR PUSTAKA	189
LAMPIRAN	193

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ritual ziarah merupakan tradisi atau budaya dikalangan masyarakat, terutama masyarakat pedesaan. Ziarah dilakukan dalam upaya mendoakan orang yang telah meninggal dunia agar mendapatkan keridhaan dari Allah Swt. Ziarah dilakukan baik kepada orangtua atau kearabat yang telah meninggal maupun ziarah ke makam-makam tokoh-tokoh yang dianggap suci dan besar jasanya dalam pandangan kaum muslim, seperti makam para wali, ulama besar maupun tokoh-tokoh keramat lainnya. Ziarah terhadap makam-makam yang disucikan biasanya dikalangan masyarakat muslim khususnya dilakukan pada bulan-bulan tertentu dalam bulan Islam, seperti bulan Maulid, bulan Rajab atau Muharram. Sedangkan ziarah yang dilakukan pada orang tua atau kaum kerabat yang telah meninggal dilakukan pada bulan syawal.

Dalam realitas masyarakat memang sering terjadi penyimpangan dalam melakukan ziarah seperti meminta kelimpahan rizki, meminta ilmu kebal, memperlancar karir, meminta jodoh dan sebagainya. Realitas tersebut yang berdampak pada kemusyrikan bagian sebagian kaum muslim, sehingga mereka menganggap berziarah adalah perbuatan musyrik dan dilarang dalam Islam. Akan tetapi bagi sebagian

kaum muslim menganggap bahwa mendoakan orang yang sholeh adalah perbutan yang baik, adapun apabila ada keinginan tertentu tetap ditujukan kepada Allah Sang Pencipta, maka ziarah diperbolehkan.

Terlepas dari perbedaan pandangan dikalangan masyarakat muslim tentang ziarah, bahwa berziarah adalah menyampaikan pesan kepada sang Khalik. Penyampaian sebuah pesan merupakan substansi dari komunikasi, sebagaimana dikatakan Dedi Mulyana komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.¹ Pesan yang disampaikan oleh komunikator ditujukan kepada Sang Kholik, karena pihak yang di berikan pesan adalah sang Pencipta, maka hal tersebut termasuk kategori komunikasi transendental. Dalam disiplin Ilmu Komunikasi, bentuk pendekatan diri pada Sang Maha Pencipta disebut Komunikasi Transendental. Komunikasi transendental adalah komunikasi yang dilakukan atau yang terjadi antara manusia dengan Tuhannya. Jadi, partisipan dalam komunikasi transendental adalah Tuhan dan manusia.

Konsep ziarah yang dapat dikategorikan pada bentuk komunikasi transendental menjadikan kajian dalam penelitian ini dengan mengambil kasus ziarah ke Makam Sultân Maulana Hasanudin yang berada di lingkungan

¹ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, PT Remaja Rosda, Bandung, 2004, Hal. 42.

Mesjid Agung Banten. Masjid Agung Banten terletak di Desa Banten Lama, tepatnya di desa Banten, sekitar 10 km sebelah utara Kota Serang. Masjid Agung Banten adalah salah satu masjid tertua di Indonesia yang penuh dengan nilai sejarah. Setiap harinya masjid ini ramai dikunjungi para peziarah yang datang tidak hanya dari Banten dan Jawa Barat, tapi juga dari berbagai daerah di Pulau Jawa bahkan dari luar Jawa. Masjid ini dibangun pertama kali oleh Sultan Maulana Hasanuddin (1552-1570), Sultan pertama dari Kesultanan Banten. Ia adalah putra pertama dari Sunan Gunung Jati dari Kerajaan Cirebon dan salah satu Walisongo.

Di masjid ini juga terdapat kompleks pemakaman sultan-sultan Banten serta keluarganya. Yaitu makam Sultan Maulana Hasanuddin dan istrinya, Sultan Ageng Tirtayasa, dan Sultan Abu Nasir Abdul Qohhar. Sementara di sisi utara serambi selatan terdapat makam Sultan Maulana Muhammad dan Sultan Zainul Abidin, dan lainnya. Makam-makam para sultan inilah yang diziarahi masyarakat Banten dan sekitarnya. Dalam penelitian ini akan dikaji bagaimana pemaknaan ziarah yang dilakukan masyarakat dalam konteks komunikasi transendental.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang di atas dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang dianggap penting dalam

penelitian ini. Perumusan masalah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan masalah yang antara lain:

1. Bagaimana situasi simbolik ziarah sebagai media komunikasi transendental di Mesjid Agung Banten?
2. Bagaimana produk interaksi sosial ziarah sebagai media komunikasi transendental di Mesjid Agung Banten?
3. Bagaimana interpretasi ziarah sebagai media komunikasi transendental di Mesjid Agung Banten?

C. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui situasi simbolik ziarah sebagai media komunikasi transendental di Mesjid Agung Banten.
2. Untuk mengetahui produk interaksi sosial ziarah sebagai media komunikasi transendental di Mesjid Agung Banten.
3. Untuk mengetahui interpretasi ziarah sebagai media komunikasi transendental di Mesjid Agung Banten.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dimaksud baik secara teoritis maupun praktis.

Kegunaan Teoritis. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengembangan ilmiah terutama bagi ilmu komunikasi khususnya mengenai makna ziarah dalam perspektif komunikasi transendental serta pengembangan ilmiah bagi ilmu komunikasi secara umum.

Kegunaan Praktis. Adapun dalam penelitian ini, selain memiliki kegunaan teoritisnya peneliti pun memaparkan kegunaan praktis dari penelitian yang dilakukan, yaitu : Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan kegunaannya bagi peneliti. Selain itu dapat dijadikan, sebagai pengalaman dan pembelajaran dalam mengaplikasikan pemahaman mengenai Ilmu Komunikasi secara umum dan Komunikasi Transendental.

Adapun manfaat dan kegunaannya bagi Akademisi. Dijadikan, sebagai *literature* bagi mahasiswa secara umum, dan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi secara khusus, terutama bagi para peneliti selanjutnya dengan kajian penelitian yang sama.

BAB II

KERANGKA TEORITIS

Komunikasi yang dilakukan pada manusia telah mengalami perkembangan dan perubahan dari waktu ke waktu. Lebih-lebih sejarah perkembangan komunikasi dan ilmu komunikasi mempunyai hubungan erat dengan penggunaan symbol dan tanda dalam kehidupan manusia. Komunikasi manusia berada suatu rentangan yang luas, dimulai dari proses pertukaran symbol dan tanda yang bermakna, baik melalui percakapan lisan maupun tertulis.²

Perkembangan komunikasi manusia sejak dahulu sampai kini dapat dikatakan bermula dari *speech* yang terjadi 200.000 tahun lalu. Baru kira-kira 30.000 tahun yang lalu manusia mulai mengembangkan symbol, dan 7.000 tahun lalu mengembangkan *writing*. Selama periode abad ke 20 sampai kini di abad ke-21, skala perkembangan komunikasi semakin cepat dan serba singkat lantaran didukung oleh perkembangan *telecommunication* yang diciptakan dan digunakan umat manusia.³

Menurut John Fiske⁴, komunikasi adalah salah satu aktifitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun

² Prof. Dr. Alo Liliweri, MS, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Prenada Media Group, Hal 2

³ Liliweri, *Ibid*

⁴ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Ketiga*, Rajagrafindo Persada, 2012, hal 3

sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Terdapat dua mazhab dalam ilmu komunikasi. *Pertama, Mazhab Pertama* adalah kelompok yang melihat komunikasi sebagai transmisi pesan. Kelompok ini fokus dengan bagaimana pengirim dan penerima mengirimkan dan menerima pesan. Kelompok ini juga sangat memperhatikan dengan hal-hal seperti efisiensi dan kurasi. Pandangan ini melihat komunikasi sebagai proses dimana seseorang mempengaruhi perilaku atau cara berpikir orang lain. Jika efek yang muncul berbeda atau kurang dari yang diinginkan, mazhab ini cenderung untuk berbicara dengan istilah-istilah seputar kegagalan komunikasi, dan melihat berbagai tahapan di dalam proses komunikasi untuk menemukan dimana kegagalan terjadi. Untuk lebih mudahnya pandangan ini sebagai kelompok "proses". *Kedua, mazhab kedua* melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Kelompok ini fokus dengan bagaimana pesan, atau teks, berinteraksi dengan manusia di dalam rangka untuk memproduksi makna; artinya pandangan ini sangat memperhatikan peran teks di dalam budaya kita. Kelompok ini menggunakan istilah *signifikansi* (pemaknaan), dan tidak menganggap kesalahpahaman sebagai bukti dari kegagalan komunikasi- kesalahpahaman tersebut mungkin merupakan hasil dari perbedaan-perbedaan budaya antara pengirim dan penerima. Bagi Mazhab ini, ilmu komunikasi adalah kajian teks dan budaya. Metode utama dari pandangan ini adalah

semiotika (ilmu tentang tanda dan makna). Mahzab proses cenderung mengaitkan dengan ilmu-ilmu sosial, terutama psikologi dan sosiologi, dan cenderung memfokuskan dirinya terhadap tindak (*acts*) komunikasi. Sedangkan Mahzab *Semiotika* cenderung mengaitkan dirinya dengan *linguistic* dan subjek-subjek seni, dan mewakili kecenderungan untuk memfokuskan dirinya terhadap ker (*works*) komunikasi.

Kerangka teoritis komunikasi dalam penelitian ini meliputi; **teori komunikasi, teori komunikasi transendental dan konsep ziarah**. Ketiga kerangka teoritis tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

A. Teori Komunikasi

Kata istilah "komunikasi" (*communication*), berasal dari bahasa latin "*communicatus*" atau *communicatio* atau *communicare* atau *communis* yang berarati "berbagi" atau "menjadi milik bersama" atau "membuat kebersamaan" atau "membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih". Akar kata *communis*⁵ adalah *commnico*, yang artinya "berbagi". Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (verb) dalam bahasa Inggris, *communicate*, berarti:

- Untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, informasi,

⁵ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ar-Ruzz Media, 2010, hal 56

- Untuk menjadi paham (tahu)
- Untuk membuat sama; dan
- Untuk membuat sebuah hubungan yang simpatik,
Sedangkan dalam kata benda (*noun*), *communication*,
berarti;

- Pertukaran symbol, pesan-pesan yang sama dan informasi
- Proses pertukaran diantara individu-individu melalui system symbol-simbol yang sama
- Seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan; dan
- Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi

Menurut Nurani Soyomukti⁶ Komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia. Jadi Ilmu komunikasi adalah ilmu yang mempelajari usaha penyampaian pesan antarmanusia. Objek ilmu komunikasi adalah komunikasi, yakni usaha penyampaian pesan antar manusia.

Dengan demimian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan.⁷

Beberapa ahli berpendapat, yaitu

- a. Carl Hovland, Janis dan Kelley berpendapat bahwa komunikasi adalah suatu proses melalui dimana seseorang (*komunikator*) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan

⁶ Idem, hal 56

⁷ Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, Graha Ilmu, 2009, hal 1

mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya. Carl Hovland, Janis dan Kelley⁸ juga membuat definisi bahwa "*communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)*". Definisi ini hampir sama dengan definisi yang dibuat oleh para sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) yakni "komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan: (1) membangun hubungan antarsesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; (4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

- b. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner mempunyai pendapat yaitu komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui menggunakan simbol-simbol, seperti kata-kata, gambar, angka-angka.
- c. Harold Lasswell berpendapat bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan

⁸ Prof. Hafied Cangara, M.Sc., Ph.D. *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi, Edisi Revisi*, PT Rajagrafindo Persada, 2011, hal 14

- “siapa” mengatakan “apa” “dengan saluran apa”, “kepada siapa” dan “akibat apa” atau “hasil apa”.
- d. Barnlund berpandangan bahwa komunikasi adalah timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.
 - e. Weaver berpendapat, komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lain.
 - f. Kemudian Gode berpendapat bahwa komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih.⁹
 - g. Definisi Forsdale (1981)¹⁰, ahli komunikasi dan pendidikan, berpendapat, komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah. Pada definisi ini komunikasi juga dipandang sebagai suatu proses. Kata signal dimaksudkan adalah signal yang berupa verbal dan non verbal yang mempunyai aturan tertentu.

⁹ Riswandi, Ibid, hal 2

¹⁰ Dr. Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara, 2002, hal 3

- h. Definisi Brent D. Rubben¹¹ berpendapat mengenai komunikasi manusia yang lebih komprehensif yaitu, suatu proses melalui nama individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasikan lingkungannya dan orang lain. Rubben menggunakan istilah informasi yang diartikannya sebagai kumpulan data, pesan (*message*), susunan isyarat dalam cara tertentu yang mempunyai arti atau berguna bagi sistem tertentu. Pengertian informasi disini tidak hanya bersifat fakta tetapi juga bersifat fiksi, humor, atau bujukan.
- i. Definisi William J. Saller¹² memberikan definisi komunikasi yang lebih bersifat universal. Menurutnya komunikasi adalah suatu proses dengan mana simbol verbal dan non verbal dikirimkan, diterima dan diberi arti.
- j. Everett M. Rogers, seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika berpendapat bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Definisi ini kemudian dikembangkan Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) dengan menghasilkan pendapat baru, yaitu bahwa

¹¹ Ibid

¹² Ibid

komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.¹³

k. Stephen W. Littlejohn mendefinisikan arti komunikasi adalah, *communication is difficult to define. The word is abstract and, like most terms, posses numerous meanings* (komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata "komunikasi" bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah).¹⁴ Stephen W. Littlejohn¹⁵ mengatakan bahwa perbedaan definisi komunikasi disebabkan dimensi dasar yang digunakan untuk mendefinisikan komunikasi, yaitu; (1) adalah level *observasi* atau tingkat keabstrakan, yakni beberapa definisi bersifat luas dan inklusif (terbuka), sedangkan sebagian lain justru bersifat terbatas. Misalnya definisi yang mengatakan bahwa, "komunikasi adalah proses yang menghubungkan bagian-bagian dunia satu sama lain" tentu bersifat umum. Sedangkan komunikasi sebagai "proses mengirimkan pesan dan perintah militer melalui telepon" adalah definisi yang terbatas, (2) kedua level *intensionalitas* (kesengajaan).

¹³ Prof. Hafied Cangara, M.Sc., Ph.D., *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2000, hal 19

¹⁴ Morrison, Andry Corry Wardhany, *Teori Komunikasi*, Ghalia Indonesia, 2009, hal. 4

¹⁵ Muhammad Mufid, M.Si., *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Prenada Media, hal 2

Sebagian definisi komunikasi menekankan pada ada kesengajaan penyampaian pesan, sementara sebagian lain tidak membatasi pada aspek kesengajaan ini. Contoh yang pertama adalah komunikasi sebagai "situasi dimana sumber menyampaikan pesan dengan sadar untuk mempengaruhi perilaku penerima pesan". Sedangkan contoh yang kedua adalah, "komunikasi dilihat sebagai proses distribusi monopoli informasi kepada orang lain", (3) adalah dimensi penilai *normatif*. Sebagian definisi menghendaki adanya kesuksesan atau akurasi seperti "komunikasi adalah pertukaran verbal dari pikiran", sedangkan sebagian lagi tidak seperti "komunikasi adalah proses transmisi informasi".

1. Frank Dance (1970)¹⁶ memberikan klarifikasi terhadap pengertian komunikasi. Ia mengklasifikasi teori komunikasi yang banyak itu berdasarkan sifat-sifatnya. Dance mengajukan sejumlah elemen dasar yang digunakan untuk membedakan komunikasi. Ia menemukan tiga hal yang disebutnya dengan diferensiasi konseptual kritis (*critical conceptual differentiation*) yang membentuk dimensi dasar teori komunikasi, yang terdiri atas 1) dimensi level observasi; 2) dimensi kesengajaan; 3) dimensi penilaian normatif.

1) **Dimensi Level Observasi** (*Level of Observation*), menurut Dance beberapa definisi komunikasi sangat

¹⁶ Ibid, hal 5-6

luas (*inclusive*), sementara definisi lainnya bersifat terbatas, misalnya definisi komunikasi yang menyatakan komunikasi adalah *the process that links discontinuous parts of the living word to one another* (proses yang menghubungkan bagian-bagian yang terputus dari dunia satu sama lainnya) dinilai sebagai definisi yang terlalu umum atau luas.

- 2) **Dimensi Kesengajaan (*Intentionality*)**, definisi ini merupakan definisi yang memasukkan faktor kesengajaan atau maksud tertentu, misalnya komunikasi adalah *those situation in which a souce transmits a message to receiver with concious intents to affect latter behavior* (situasi dimana sumber mengirimkan pesan kepada penerima pesan dengan sengaja untuk mempengaruhi tingkat laku penerima).
- 3) **Dimensi Penilaian Normatif (*normative judgement*)**, Definisi berikut ini, menganggap proses komunikasi selalu berakhir dengan kesuksesan: *commnunication is the verbal interchange of a thought or idea* (komunikasi adalah pertukaran verbal dari pemikiran dan gagasan). Asumsi dari definisi ini adalah pemikiran atau gagasan selalu berhasil dipertukarkan.

m. Katherine Miller¹⁷ mencatat tantangan dalam pendefinisian kata komunikasi dalam pernyataan sebagai

¹⁷ Fajar Junaedi, *Komunikasi Politik, Teori, Aplikasi, dan Strategi di Indonesia*, Buku Litera Yogyakarta, 2013, hal 19-21

berikut, “Konseptualisasi komunikasi telah mengalami perubahan secara substansial selama bertahun-tahun” (Miller dalam Turner dan West, 2007:4). Ada lusinan pengertian komunikasi yang muncul sebagai hasil dari kompleksitas dan kekayaan kajian komunikasi. Ditengah keberagaman pengertian komunikasi, ada dua hal yang menjadi benang merah yang menyantukan keberagaman perspektif tentang pengertian komunikasi, dimana keseluruhan pandangan dari berbagai perspektif selalu melihat komunikasi sebagai proses tatap muka serta proses komunikasi bermedia. Dengan menggunakan dual ini maka ada beberapa kata kunci dalam komunikasi yang memayungi berbagai perspektif yang ada, yaitu sosial, proses, simbol, makna dan lingkungan (Turner dan West, 2007:5). Dari kelima kata kunci ini, maka dapat mendefinisikan komunikasi sebagai proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol untuk menafsirkan makna dalam lingkungan mereka (Turner dan West, 2007:5). Definisi ini dapat diuraikan lebih lanjut sebagai berikut, pertama, kita meyakini bahwa komunikasi adalah proses sosial, maka ini berarti komunikasi melibatkan manusia dan interaksi. Ini tentunya setidaknya melibatkan dua orang, pengirim dan penerima. Kedua belah pihak memainkan peranan yang saling terkait dalam komunikasi. Sebagai sebuah proses maka komunikasi dipahami sebagai hal yang terus

berlangsung dan tidak berhenti. Komunikasi juga bersifat dinamis, komplek dan secara terus menerus berubah. Dari pandangan tentang komunikasi yang dinamis seperti ini, maka penekanannya terutama pada proses dinamis dalam menciptakan makna. Karena itulah komunikasi tidak bisa didefinisikan sebagai awal dan akhir (Turner dan West, 2007:5). Sifat dari proses komunikasi yang dinamis ini juga bermakna bahwa segala hal dapat terjadi selama proses komunikasi.

Istilah lain yang melekat dengan komunikasi adalah simbol. Komunikasi selalu melibatkan simbol yang diciptakan oleh manusia secara arbitrer (*arbitrary*). Maksudnya, tidak ada relasi alamiah dari simbol dengan makna yang diciptakan oleh simbol tersebut. Manusia adalah yang secara mengada-ada membuat makna dari simbol. Tentu saja makna yang dibuat adalah makna yang disepakati oleh publik.

Dilihat dari tingkatan (level)¹⁸ maka komunikasi bisa dibedakan dalam beberapa level komunikasi, yang meliputi komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, kelompok organisasi dan komunikasi massa. Komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan oleh dua orang individu melalui tatap muka dengan pesan yang bersifat personal. Komunikasi kelompok dapat diartikan sebagai

¹⁸ Ibid, hal 22

komunikasi yang dilakukan dalam kelompok dengan jumlah anggota yang kecil. Komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai komunikasi yang berlangsung dalam organisasi. Sedangkan komunikasi massa dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan untuk menjangkau khalayak luas dengan menggunakan media massa sebagai medium.

- n. Herbert Bummer (1969:2)¹⁹ menelaah teori komunikasi adalah teori interaksi simbolik yang menyatakan “manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan pemahaman arti dari sesuatu berdasarkan pemahaman arti dari sesuatu tersebut, pemahaman arti diperoleh melalui interaksi dan pemahaman arti juga merupakan hasil proses interpretasi”. Berdasarkan teori interaksi simbolik, dapat diperoleh gambaran tentang teori kontekstual yang dapat mendukung teori komunikasi. Penelaahan terhadap pola interaksi yang terjadi antara pemuka pendapat dengan masyarakat desa akan merujuk pada komunikasi kelompok (*group communication*) dan komunikasi massa (*mass communication*).

Definisi Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi itu adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan dan proses komunikasi. Proses komunikasi adalah dimana proses terjadinya interaksi antara komunikator dan

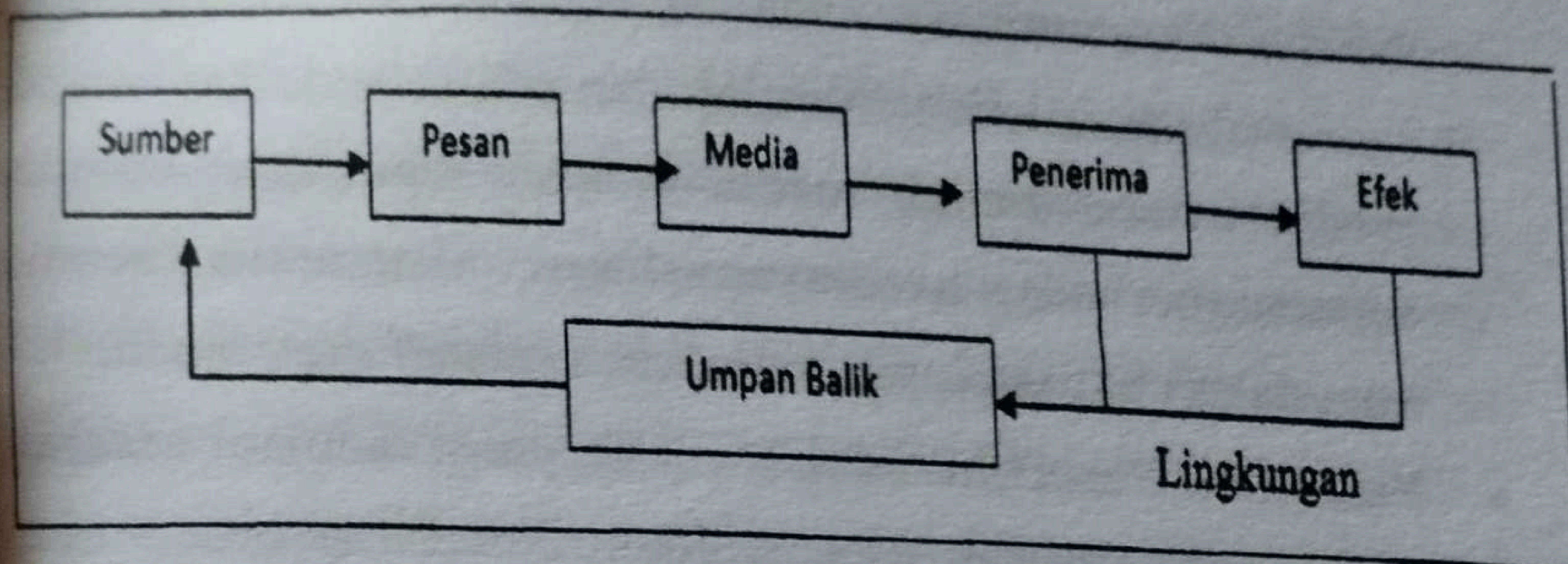
¹⁹ Eko Harry Susanto, *Komunikasi Politik: Pesan, Kepemimpinan, dan Khalayak*, Mitra Wacana Media, 2002

komunikasikan. Laswell²⁰ memberikan definisi atau pengertian komunikasi sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Dari definisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 unsur yakni : 1. *Who* (siapa) siapa yang mengkomunikasikan atau siapa komunikator yang menyampaikan pesan/infromasi kepada komunikan, 2. *Says What* (berkata apa) : apa yang dikatakan oleh komunkator kepada komunikan, 3. *In Which Channel* (melalui saluran apa) : melalui saluran apa yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan informasi atau pesannya kepada komunikan, 4. *With What Effect* (dengan efek apa) : efek apa yang ditimbulkan oleh isi pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Jadi, komunikasi adalah sebagai proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke penerima (*the receiver*), melalui suatu medium (*channel*) yang biasanya mengalami gangguan (*noise*). Dalam definisi ini, komunikasi haruslah bersifat disengaja (*intentional*) serta membawa perubahan.

²⁰ Laswell dan Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003. Hal 253

1. Unsur-unsur Komunikasi

Menurut Hafied Cangara²¹, jika menyimak kandungan makna yang terdapat dalam setiap definisi komunikasi yang telah dikemukakan, maka kita dapat menemukan adanya sejumlah unsur yang mendukung.



Gambar 1. Unsur-unsur yang Membentuk Proses Komunikasi

- **Sumber.** Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi juga dalam bentuk kelompok misalnya, partai, organisasi, lembaga atau Negara. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan sebutan *source*, *sender*, atau *encoder*
- **Pesan.** Yang dimaksud dengan pesan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa

²¹ Prof. Hafied Cangara, M.Sc., Ph.D., *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi*, PT RajaGrafindo Persada, 2011, hal15

berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Pesan dalam bahasa Inggris disebut *message, content* atau *information*

- Media. Yang dimaksud media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media komunikasi ada yang berbentuk saluran antar pribadi, media kelompok dan ada pula dalam bentuk media massa. Istilah media banyak digunakan dengan sebutan berbeda, misalnya saluran, alat, arena, sarana atau dalam bahasa Inggris disebut *channel* atau *medium*
- Penerima. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk organisasi, instansi, departemen, partai, atau Negara. Penerima disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, konsumen, klien, target, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.
- Pengaruh. Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Karena itu pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Pengaruh biasa disebut dampak, akibat atau *effect*.

- Tanggapan Balik. Ada yang beranggapan bahwa tanggapan balik atau umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Tetapi karena pengaruh tidak selamanya berbalik kepada penerima, maka tanggapan balik dapat dibedakan dengan pengaruh. Tanggapan balik sangat penting karena boleh dikata semua komunikasi yang menginginkan keharmonisan memerlukan tanggapan balik. Tanggapan balik juga biasa dikenal dengan sebutan reaksi atau dalam bahasa Inggris disebut *feedback* atau *response*
- Lingkungan. Lingkungan adalah faktor lain yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologi, dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya kendala alam, atau ketidaktersediaan sarana komunikasi seperti telepon, kantor pos atau jalan raya. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat dan status sosial. Lingkungan psikologis ialah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang dapat

menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan usia khalayak. Lingkungan dalam bentuk waktu atau kondisi menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi.

2. Dimensi Komunikasi²²

Berdasarkan definisi dan unsure-unsur komunikasi, maka komunikasi dapat dilihat dari beberapa dimensi antara lain;

1. Komunikasi sebagai Proses. Jika komunikasi dipandang sebagai proses, maka komunikasi yang dimaksud adalah suatu kegiatan yang berlangsung secara dinamis. Sesuatu yang didefinisikan sebagai proses, berarti unsure-unsur yang mendukungnya bergerak aktif, dinamis, dan tidak statis (Berlo, 1960). Dari konteks komunikasi antarpribadi, maka proses pmenunjukkan adanya pengiriman pesan dari seseorang kepada orang lain, sedangkan dari konteks komunikasi massa proses dimulai dari kegiatan pengumpulan, pengolahan dan penyebaran berita dari penerbit atau stasiun televise kepada khalayak luas.
2. Komunikasi sebagai Simbolik. Hampir semua pernyataan manusia baik yang ditujukan untuk kepentingan dirinya, maupun untuk kepentingan orang lain dinyatakan dalam bentuk simbol. Hubungan antara satu orang dengan orang

²² Ibid, hal 17

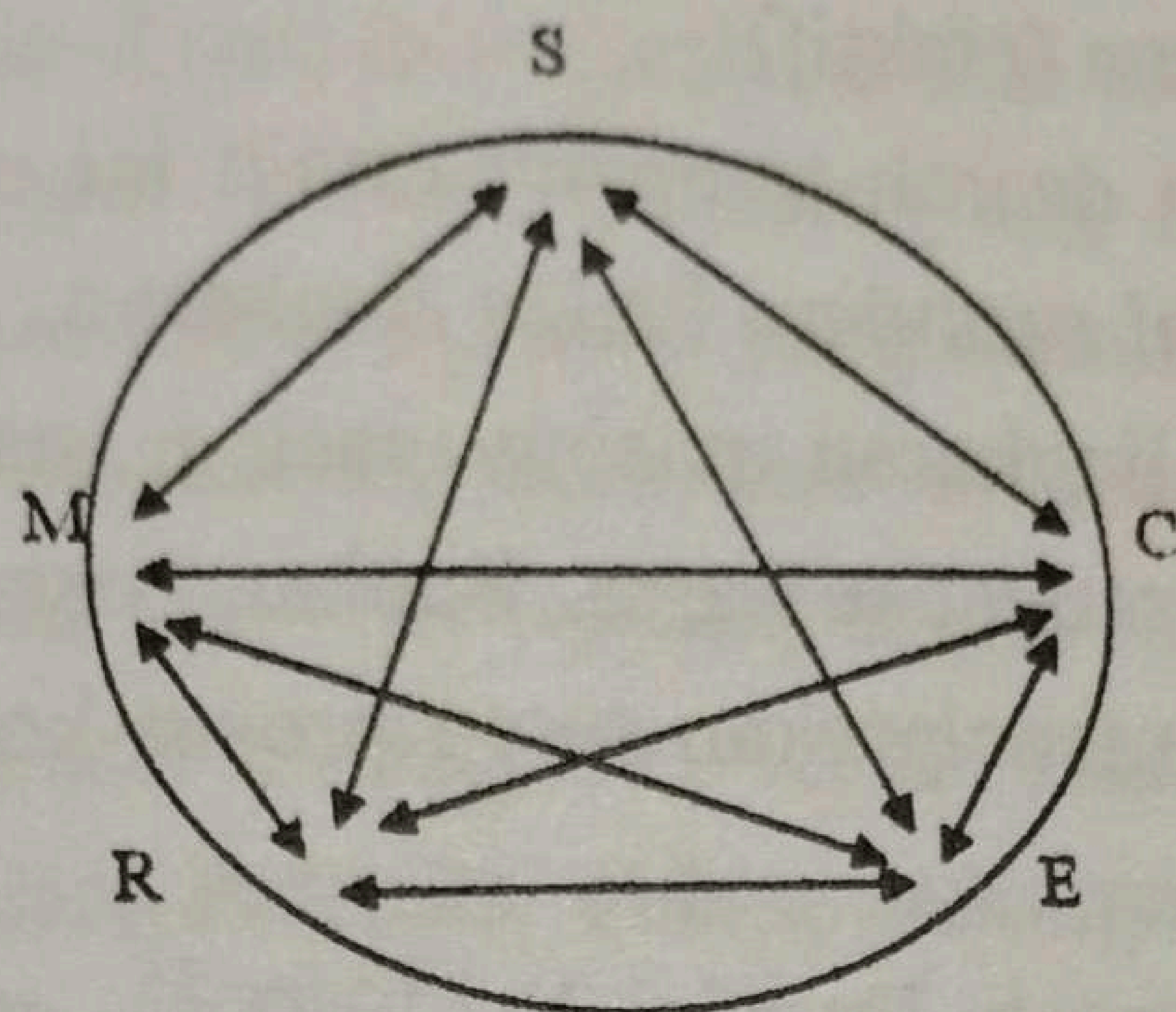
lain dalam proses komunikasi banyak dipengaruhi oleh simbol atau lambing-lambang yang digunakan dalam berkomunikasi. Simbol merupakan hasil kreasi manusia dalam berkomunikasi, dan sekaligus menunjukkan tingginya kualitas budaya manusia dalam berkomunikasi.

3. Komunikasi sebagai Aksi. Komunikasi boleh dikata tidak pernah terjadi tanpa aksi, apakah itu diucapkan, ditulis, maupun dalam bentuk diam juga merupakan suatu aksi. Oleh karena itu aksi merupakan suatu tindakan yang dilakukan seseorang, maka pada saat ia berhubungan dengan orang lain, maka ia melakukan interaksi. Aksi dan interaksi menurut Miller (2005:6) menuntut reaksi balik dari penerima informasi kepada pemberi informasi. Namun, akhir-akhir ini para sarjana komunikasi memandang bahwa komunikasi bukan hanya aksi dan interaksi, melainkan dituntut adanya transaksi diantara para pelaku komunikasi. Dalam konteks ini tindakan komunikasi menunjukkan adanya interplay yang saling mempengaruhi (*mutual influence*) diantara para pelaku komunikasi dalam jumlah yang lebih banyak. Dalam kondisi seperti ini para pelaku komunikasi berusaha melakukan kerja (*cooperative*) menuju suatu titik temu untuk saling berbagi, apakah itu dalam konteks arti (*meaning*) bahasa yang digunakan, kepentingan (*interest*) diri atau kelompok maupun untuk perluasan jejaring sosial (*social networking*).

4. Komunikasi Sistem. Sistem ini seringkali didefinisikan sebagai suatu aktivitas dimana semua komponen atau unsure yang mendukungnya saling berinteraksi satu sama lain dalam menghasilkan luaran (Semprivo, 1982). Sebuah sistem disyaratkan memiliki karakteristik menyeluruh, saling bergantung, berurutan, mengontrol, dirinya, seimbang, berubah, adaptif dan memiliki tujuan. Disini sistem dituntut untuk melakukan control atau pengawasan apakah semua unsur atau komponen berfungsi atau tidak dalam menciptakan keseimbangan yang dinamis. Keterikatan antara satu komponen dengan komponen lainnya akan melahirkan suatu putaran umpan balik (*feedbackloops*).
5. Komunikasi sebagai multidimensional. Jika komunikasi dilihat dari perspektif multidimensional, maka ada dua tingkatan yang dapat diidentifikasi, yakni dimensi isi (*content dimension*) dan dimensi hubungan (*relationship dimension*). Dalam komunikasi antarmanusia, kedua dimensi ini tidak terpisah satu sama lain melainkan menyatu dalam suatu tindakan komunikasi. Dimensi isi menunjukkan pada kata, bahasa, dan informasi yang dibawa oleh pesan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana peserta komunikasi berinteraksi satu sama lain. Dalam dimensi hubungan Cuyno (1986)²³ menunjukkan adanya 5 elemen dasar komunikasi yang

²³ Ibid, hal 20

berinteraksi satu sama lain sebagai hubungan yang multidimensional. Komunikasi multidimensional dibangun lebih dari satu hubungan, yakni satu unsur dapat memiliki 4 keterikatan dengan unsur lainnya.



Gambar 2. Proses Komunikasi yang Multidimensional

3. Prinsip-prinsip Komunikasi

Menurut Hafied Cangara²⁴ kesamaan dalam berkomunikasi dapat diibaratkan dua buah lingkaran yang bertindihan satu sama lain. Daerah yang bertindihan itu disebut kerangka pengalaman (*field experience*), yang menunjukkan adanya persamaan antara A dan B dalam hal tertentu, misalnya bahasa atau simbol. Ada tiga prinsip dasar komunikasi, yaitu;

1. Komunikasi hanya bisa terjadi bila terdapat pertukaran pengalaman yang sama antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi (*sharing similar experiences*).

²⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 2000, hal. 20

2. Jika daerah tumpang tindih (*the field of experiences*) menyebar menutupi lingkaran A dan B, menuju terbentuknya satu lingkaran yang sama, maka makin besar kemungkinannya tercipta suatu proses komunikasi yang mengena (efektif)
3. Tetapi kalau daerah tumpang tindih ini makin mengecil dan menjauhi sentuhan kedua lingkaran, atau cenderung mengisolasi lingkaran masing-masing, maka komunikasi yang terjadi sangat terbatas. Bahkan besar kemungkinan gagal dalam menciptakan suatu proses komunikasi yang efektif.

Menurut Joseph Dominick (2002)²⁵, setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yang meliputi: sumber, *enkoding*, pesan, saluran, *dekoding*, penerima, umpan balik, dan gangguan. Pada dasarnya, gagasan mengenai elemen komunikasi ini adalah juga teori yang melihat komunikasi berdasarkan unsur-unsur atau elemen yang membentuknya, yaitu:

a. Komunikator. Komunikasi dimulai atau berawal dari sumber (*source*) atau pengirim pesan, atau komunikator yaitu dimana gagasan, ide atau pikiran berasal, yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lain, yaitu penerima pesan. Sumber pengirim pesan bisa individu, kelompok atau organisasi. Menurut Hovland (1953), karakteristik sumber pesan akan mempengaruhi penerimaan

²⁵ Morrissan, Andry Corry Wardhany, *Op.cit*, 2009, hal. 17

awal pesan kepada penerima pesan, namun memiliki efek minimal untuk jangka panjang. Misalnya, menurut teori kredibilitas dan daya tarik sumber, kampanye untuk mencegah penyebaran virus HIV/AIDS diantara mahasiswa akan lebih mudah diterima mahasiswa bila disampaikan oleh teman sebaya (*peer group*). Sumber yang dapat dipercaya akan memperkuat nilai informasi yang disampaikan. Dengan demikian teori ini menegaskan bahwa, status, kehandalan, dan keahlian sumber menambah bobot kualitas pesan.²⁶ Meminjam konstruk berpikir teori manajemen privasi komunikasi²⁷ dari Petronia dalam bukunya *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure* (2002), bahwa kita membuat pilihan dan peraturan mengenai apa yang harus dikatakan dan apa yang harus disimpan dari orang lain berdasarkan “kalkulus mental” dengan mempertimbangkan criteria penting tidaknya sesuatu yang mau kita sampaikan itu.

b. Enkoding. Enkoding dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-idenya ke dalam bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak penerima. Jika anda akan melakukan sesuatu, maka otak dan lidah akan bekerja sama untuk menyusun kata-kata dan membentuk kalimat. Enkoding

²⁶ Morrisan, Andry Corry Wardhany, *Op.cit*, 2009, hal. 17

²⁷ Gun Gun Heryanto, M.Si., *Dinamika Komunikasi Politik*, PT Lasswell Visitama, 2011, hal117

komunikasi interpersonal sebagai bentuk komunikasi yang memiliki pengaruh kuat.³⁰

e. **Decoding.** Kegiatan penerimaan pesan diawali dengan proses decoding, yang merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses enkoding. *Decoding* adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima. Ketika membaca sebuah buku, maka kita sedang melakukan *decoding* terhadap buku tersebut. Ketika kita membaca dan mendengarkan musik maka kita sedang melakukan dua *decoding*. Satu peristiwa komunikasi dapat melibatkan beberapa tahapan *decoding*. Seorang wartawan yang sedang meliput suatu peristiwa dan mencatat berbagai kejadian penting, maka ia tengah melakukan *decoding*. Wartawan itu kemudian menelepon kantornya untuk melaporkan peristiwa tersebut, asisten redaktur kemudian mengetik laporan yang dibacakan wartawan di komputernya, berita itu kemudian dibaca dan editor (*decoding*), berita kemudian dicetak dan dibaca audiens (*decoding*).³¹

f. **Komunikan.** Penerima pesan atau *receiver* atau disebut juga audiens adalah sasaran atau target dari pesan. Penerima pesan sering disebut komunikan. Penerima pesan bisa bersifat individu, satu kelompok, atau bahkan kumpulan besar manusia yang tidak saling mengenal. Pada awal studi

³⁰ Morrisan, Andry Corry Wardhany, *Op.cit*, 2009, hal. 20

³¹ Morrisan, Andry Corry Wardhany, *Op.cit*, 2009, hal. 21

komunikasi massa terdapat pandangan bahwa khalayak atau audiens adalah pihak yang lemah (*vulnerable*), yang gampang sekali dipengaruhi oleh informasi atau pesan yang disampaikan. Teori jarum hidermik atau teori stimulus-respon (SR-Teori) membuktikan hal itu. Menurut teori ini media massa sangat perkasa dalam mempengaruhi penerima pesan. Teori S-R ini menggambarkan proses komunikasi yang sederhana, yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan. Media massa memberikan stimulus dan penerima pesan menanggapi dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori stimulus-respon.³²

g. Umpan Balik. Umpan balik atau *feedback* adalah tanggapan atau respon dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan disampaikan sumber. Umpan balik menjadi tempat perputaran arah dari arus komunikasi. Artinya, sumber pertama, kemudian menjadi penerima, sementara penerima pertama memungkinkan sumber untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang muncul.

h. Gangguan. Elemen terakhir dalam komunikasi adalah gangguan atau *noise*. Gangguan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan. Gangguan yang sangat mungkin dapat diabaikan, namun terlalu banyak gangguan yang dapat

³² Morrissan, Andry Corry Wardhany, *Op.cit*, 2009, hal. 21

menghambat pesan untuk mencapai tujuannya. Setidaknya terdapat tiga jenis gangguan, yaitu gangguan semantik, yaitu terjadi bilamana orang memiliki arti yang berbeda atas kata-kata atau ungkapan yang sama. Kemudian gangguan mekanik, yaitu terjadi jika muncul masalah dengan alat yang digunakan untuk membantu terjadinya komunikasi. Lalu gangguan ketiga disebut gangguan lingkungan terjadi jika sumber gangguan berasal dari luar elemen-elemen komunikasi yang sudah disebutkan sebelumnya.³³

Terdapat beberapa pandangan tentang paradigma teori komunikasi. Dominic A. Infante (2003)³⁴ misalnya menyebut ada tiga paradigm, yaitu (1) *Covering Low*, (2) *Human Action*, dan (3) *System*. *Paradigma Covering Low* populer era dasawarsa 1960-1970-an. Saat itu dianggap sebagai satu-satunya cara memperoleh pengetahuan yang benar. Sekarang dipandang mewakili ways of knowing. Paradigma ini diadaptasi dari ilmu eksakta dengan pijakan logical positivism. *Covering* memiliki tiga premis, yaitu; (1) Pengetahuan diperoleh lewat pancaindera, (2) kita juga dapat mengetahui lewat derivasi logika, (3) terdapat banyak peraturan alam yang dapat diteliti/diungkapkan yang disebut dengan Laws (hukum pasti), misalnya hukum tentang air yang sudah pasti mendidih pada suhu 100 derajat celcius.

³³ Morrigan, Andry Corry Wardhany, *Op.cit*, 2009, hal. 23

³⁴ Edi Santoso, Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*, Graha Ilmu, 2010, hal 14

Sementara paradigma *Human Action* meyakini bahwa manusia secara kualitatif berbeda dengan kejadian-kejadian alam, karena itu tidak dapat didekati dengan model yang dibuat dari ilmu alam. Perspektif ini percaya bahwa realitas alam yang sebenarnya adalah pengalaman subjektif. Paradigma ini berpusat pada bagaimana individu menghadapi dan menginterpretasikan stimulus yang menerpanya. Dalam *Human Action*, individu dianggap beraksi dan bersikap proaktif. Paradigma system lebih melihat komunikasi sebagai realitas sistemik, ketimbang fakta individual.

Paradigma ini menekankan system sebagai faktor yang lebih berpengaruh dalam sebuah komunikasi. Sistem interaksi terdiri dari kumpulan "perilaku" bukan "individu". Konsekuensinya teori ini tidak tertarik pada "diri" individu ketika berinteraksi melainkan pada "apa" yang terjadi antar orang saat terjadi interaksi. Jadi paradigma ini lebih berfokus pada "relasi antarpelaku".

Menurut Thomas Luckman³⁵, *communication has been used in so many ways and in so many contexts that has observed, it has come to mean all things to all men*. Thomas menampilkan ada empat perspektif dari komunikasi, yaitu;

1. *The Encoding-Decoding Paradigma*, yang menekankan bahwa komunikasi merupakan deskripsi dari proses transfer informasi melalui *code* dan *code* itu berbeda

³⁵ Prof. Dr. Alo Liliweri, M.S, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Prenada Media Group, 2011, hal 73

dalam system satuan tanda-tanda yang telah mempunyai makna tertentu.

2. *The Intentionalist Paradigma*, mengatakan bahwa meskipun mengenal komunikasi yang bertujuan, bermaksud, atau komunikasi yang direncanakan terlebih dahulu (strategi komunikasi), namun ada pula komunikasi yang terjadi secara kebetulan atau *unintentionality*. Paradigma ini memang tetap memperhatikan *encode dan decode*, namun soal pemaknaan atas pesan sangat tergantung pada lingkungan pemakai *symbol, code, dan sign*. Paradigma ini menegaskan bahwa paham bahwa efektifitas komunikasi yang ditentukan oleh kebersamaan dalam makna dapat digugat karena makna pesan tetap diberikan berdasarkan lingkungan partisipan komunikasi.
3. *The Perspective-Taking Paradigma*, berasumsi bahwa individu menerima dunia (pesan) secara berbeda sesuai dengan ruang dan waktu ketika komunikasi berlangsung. Malah komunikasi sangat ditentukan oleh pengalaman dan derajat keterhubungan pengirim dan penerima pesan serta formulasi pesan yang disesuaikan dengan ruang dan waktu. Menurut Roger Brown "*Effective coding requires that the point of view of the auditor be realistically imagined*", gagasan Brown inilah yang kelak melahirkan prinsip *audience design* atau *audience based approach* dalam komunikasi

4. *The Dialogic Paradigm*, mengemukakan bahwa komunikasi terdiri dari satuan relasi bersifat *discursively-related*, namun berstatus independen dan episode. Bayangkan kedudukan penyiar dan audiens itu bebas hanya dua pihak dihubungkan dengan media yang ada kemungkinan dikembangkan menjadi komunikasi yang bersifat dialogis.

Menurut Alo Liliweri³⁶, menyebutkan bahwa tidak ada teori komunikasi yang tunggal atau sekurang-kurangnya dipersatukan yang terlihat adalah kumpulan dari teori-teori komunikasi yang mencoba melokalisasi elemen-elemen proses komunikasi dalam satuan tertentu yang sebelumnya mungkin berasal dari pelbagai ilmu yang lain.

4. Teori Model Komunikasi

Model³⁷ adalah rencana, representasi, atau deskripsi yang menjelaskan suatu objek, sistem, atau konsep, yang seringkali berupa penyederhanaan atau idealisasi. Bentuknya dapat berupa model fisik (maket, bentuk prototipe), model citra (gambar rancangan, citra komputer), atau rumusan matematis. Model yang dimaksud adalah konsep Model Komunikasi. Menurut Alo Liliweri³⁸, ilmu komunikasi mengandung banyak konsep-konsep abstrak. Agar mudah

³⁶ Ibid,

³⁷ <https://id.wikipedia.org>

³⁸ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 74

dipahami lalu diturunkan dalam model-model yang sederhana agar kita dapat memahami aspek aplikatif dan operasionalisasi dari teori ilmu komunikasi.

1. Model merupakan representasi dari suatu system, dia bisa tampil dalam kata-kata, diagram, rumus, dan gambar. Kita sebut untuk menjelaskan keseluruhan dari sesuatu yang tersusun dalam bagian-bagian yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi dan mengontrol satu sama lain
2. Model adalah deskripsi verbal atau gambar yang mewakili sebuah proses. Dia membantu kita melihat sesuatu. Dia juga menjadi representasi dari sesuatu secara fisik, verbal atau visual.
3. Model merupakan representasi sistematis-ideal dari suatu objek atau peristiwa yang abstrak. Dia tidak selalu tampil "*arbiter*" atau sama persis aslinya, namun dia digunakan untuk mendeskripsikan keaslian dari "sesuatu", memerinci faktor-faktor utama saja. Kunci daya guna model tergantung pada tingkat konformitas *in point – by point correspondence* atau tingkat kesamaan model dengan sesuatu yang dia representasikan
4. Model (komunikasi) digunakan untuk menjelaskan proses komunikasi sehingga terlihat rangkaian aktifitas transaksi komunikasi mulai dari yang sifatnya statis hingga ke yang sifatnya dinamin
5. Model merupakan metafora karena membantu kita untuk melihat dan mengenal "sesuatu" secara garis besar

6. Model (komunikasi) merupakan cara untuk menyederhanakan sesuatu yang abstrak ke yang mendekati realitas, atau mendekati yang aslinya. Model berguna bagi kita untuk menemukan elemen-elemen kunci, dan cara untuk mengindikasikan interaksi dan relasi antara beberapa elemen
7. Model merupakan abstraksi, dia ibarat peta tetapi bukan teritori itu sendiri. Model bermanfaat untuk menjelaskan proporsi teori yang abstrak
8. Model merupakan alat untuk menggambar sesuatu secara deskriptif, misalnya dalam ilmu ilustrasi, demonstrasi, menjelaskan dan atau menunjukkan relasi diantara konsep, juga mengilustrasikan dinamika antara komponen teori.

Model mempunyai fungsi utama, yaitu;

1. *Simplify a complex problem*, adalah menyederhanakan teori, konsep atau masalah sbstrak, dan sukar menjadi lebih kongkrit sehingga gampang dimengerti.
2. *Organize thinking*, adalah mengorganisasikan cara berpikir pengirim dan penerima tentang ide-ide yang terkandung dalam pesan
3. *Abstract part of a whole* adalah membuat abstrak atau meringkas suatu keseluruhan yang maha luas dan maha besar menjadi lebih kecil agar dapat dipahami (bayangkan, orang memodelkan dunia dengan globe)

4. *Predict success or failure*, adalah melakukan prediksi terhadap sesuatu yang bakal terjadi dengan memperhatikan argumentasi tentang masa lalu dan masa kini. Model memungkinkan orang membuat prediksi kuantitatif yang lengkap dengan tingkat presisi yang tinggi dan kelak dijadikan sebagai indikator keberhasilan dan kegagalan
5. *Stimulate thinking and hypothesis building* adalah mendorong pemikiran pengirim dan penerima terutama dapat membangun hipotesis komunikasi, jika ... Saya lakukan ini, maka akan terjadi itu
6. Secara teknis, model berfungsi sebagai; sebuah sumber informasi yang menghasilkan pesan, sebuah pemancar yang mengodekan pesan menjadi sinyal, sebuah saluran yang memindahkan sinyal yang diadaptasi untuk transmisi, sebuah penerima yang menerjemahkan (merekonstruksi) pesan dari sinyal, sebuah tujuan dimana pesan tiba.

Alo Liliweri³⁹ kemudian mengatakan cukup beralasan jika kita mengatakan bahwa model-model komunikasi manusia begitu bernilai karena dia merupakan representasi simbolis dari suatu proses. Nilai suatu model itu terletak pada kemampuannya untuk menyederhanakan gambaran tentang sesuatu proses yang komplek. Atau seperti kata Lee S Shulman, "seorang guru harus dapat menghubungkan konsep

³⁹ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 78

yang diterangkan dengan apa yang sudah dikenal para siswa sebelumnya”, karena itu seorang guru harus pandai-pandai membuat metafora, analogi, contoh, cerita, dan bahkan mendemonstrasikan apa yang dia maksud agar para siswa dapat menghubungkan model itu dengan pengalaman keseharian mereka.

Untuk memudahkan memahami komunikasi sebagai ilmu maka pemodelan komunikasi menjadi penting. Sehingga memudahkan memahami komunikasi yang terjadi terhadap sebuah objek yang termasuk di dalamnya komunikasi manusia. Model-model komunikasi⁴⁰ itu yaitu;

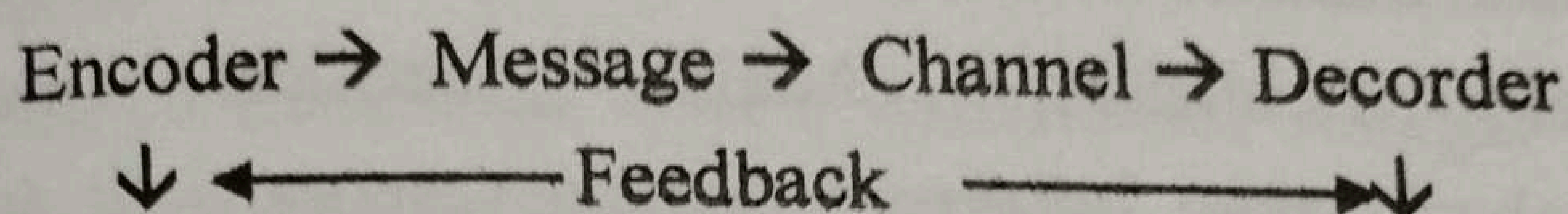
- a. *Komunikasi Satu Arah dan Self – Action*. Model ini menekankan bagaimana mengatur suatu “pesan” sehingga layak diterima dan dipahami oleh penerima. Model ini sangat peduli terhadap self-action treats communication yang mengatakan bahwa pesan itu berterima hanya jika pengirim dapat memanipulasi penerima, dan manipulasi itu hanya dapat dilakukan melalui manipulasi pesan. Para ahli komunikasi mengatakan bahwa model ini *very message centered*.

Encoder → Message → Channel → Decoder

- b. *Komunikasi Dua Arah dan Interaktif*. Model ini mengemukakan bahwa pada dasarnya peranan penerima

⁴⁰ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 79

sama dengan peranan komunikator, dan peranan itu terlihat ketika dia memberikan umpan balik pesan kepada pengirim. Model yang disebut "model dua arah" ini sangat bermanfaat bagi pengirim dan penerima mendiskusikan pesan-pesan yang dikirimkan dalam suatu proses komunikasi. Fokus model ini diletakkan pada "penerima"



- c. Komunikasi *Transaksi*. Pendekatan ini terfokus pada "makna" yang dibagi atau yang dipertukarkan dengan memperhitungkan pelbagai factor yang mempengaruhi proses komunikasi. Sebuah transaksi komunikasi yang terbaik digambarkan sebagai komunikasi yang efektif. Model ini merupakan kepenuhan dari model satu arah dan dua arah. Model ini menggambarkan pengirim membagikan pesan atau meneruskan pesan kepada penerima. Jika pesan tidak diterima sebagaimana yang dimaksud pengirim, maka komunikasi terus berproses sampai dua pihak menemukan makna sesungguhnya.
- d. Model *Tranmisi*. Model ini biasanya dipakai untuk menjelaskan bahwa media massa hanya berperan sebagai pengirim atau pemancar informasi. Secara bertahap, nama dan penggunaan model ini dikaitkan

- dengan sejauhmana media massa menciptakan efek tertentu bagi audiens.
- e. Model Ritual dan Ekspresif. Komunikasi tidak sekedar dipandang sebagai lintasan informasi semata-mata, tetapi komunikasi merupakan "representasi dari kepercayaan" dan keyakinan antara peserta komunikasi. Jadi dalam proses ini ada sharing partisipasi dan perasaan diantara mereka.
- f. Model Publisitas. Adalah aktifitas untuk menyebarluaskan informasi tentang seseorang di suatu tempat yang menarik perhatian banyak orang. Melalui publisitas, maka informasi dirancang sedemikian rupa agar dapat memperlihatkan, memperkenalkan, mempertahankan nama dan kehormatan seseorang, perkumpulan orang, atau organisasi, atau barang maupun jasa bisnis ke depan public dalam suatu konteks tertentu melalui media dalam rangka menciptakan daya tarik publik. Model publisitas ini merupakan komunikasi satu arah yang menekankan pada "pesan" yang akan dipublikasikan kepada publik.
- g. Model Resepsi (*reseption*). Model komunikasi ini menempatkan "makna pada penerima", jadi sejauhmana pesan yang telah disampaikan secara terbuka (polisemik) oleh sumber mempengaruhi penerima. Contoh, iklan dari media massa memang diasumsikan mempengaruhi audiens, namun besaran pengaruh sangat

tergantung dari sejauhmana "resepsi" audiens terhadap iklan tersebut.

Berdasarkan kategori tipe komunikasi, maka ilmu komunikasi umumnya dikenal beberapa model teoritis komunikasi⁴¹, yaitu;

1. Model psikologis (transmisi komunikasi), komunikasi dipandang sebagai transmisi pesan, metaforanya adalah radio
2. Model konstruksi sosial, komunikasi sebagai bangunan kolektif dunia, metaforanya adalah *software*
3. Model Pragmatis, komunikasi sebagai pola-pola interaksi dengan metaforanya adalah pertandingan catur
4. Model cultural, dan studi kritis, komunikasi dipandang sebagai *revealer of social and cultural forces*
5. Model etnografi, mencari dan mengamati *speech* tertentu

Bagaimana komunikasi bekerja?⁴² Komunikasi bekerja dalam model-model yang bisa kita lihat, yaitu;

- a. **Model Klasik.** Model klasik komunikasi dikemukakan oleh Aristoteles untuk mendefinisikan retorika. Menurut Aristoteles; 1). Retorika adalah kebebasan seseorang untuk mengamati kasus apapun yang kemudian dinyatakan melalui persuasi

⁴¹ ⁴¹ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 81

⁴² Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 81

- b. Model Aristoteles adalah model yang berpusat pada "speaker", kelak model ini sangat berkembang di Roma melalui "tangan dingin" seorang guru dan pendidik yang bernama Quintilian pada tahun 35-95 mendirikan "Institutio Oratoria" yang berperan memberikan pelatihan dan nasihat bagi seluruh negarwan agar menjadi seorang yang "good speaker".
- c. Model Pengirim - Penerima. Model ini mengatakan bahwa setiap komunikasi meliputi pesan yang maksudnya telah ditentukan dan pesan tersebut akan dikirimkan kepada penerima yang akan menerima pesan itu. Dengan kata lain, suatu proses komunikasi dinyatakan terjadi hanya jika pesan yang bertujuan tertentu itu diterima oleh penerimanya yang dituju.
- d. Model Penerima. Model ini sering disebut *audience-centered models* yang mementingkan konsep efektifitas. Oleh karena itu pesan-pesan yang efektif diterima penerima berdasarkan; pengetahuan, sikap dan perilaku. Strategi penyusunan pesan yang efektif tersebut dapat diperoleh melalui uji petik sebelum sebuah pesan dikirimkan dan setelah pesan diterima. Model ini meyakinkan kita bahwa komunikasi yang efektif hanya akan terjadi jika pesannya efektif, dan pesan yang efektif itu menurut pesan yang menurut penerimanya mempunyai makna tertentu.

- e. **Model Perilaku Komunikasi.** Model perilaku komunikasi sering disebut "model kelompok". Model ini mengatakan bahwa ideal komunikasi hanya akan terjadi jika pesan-pesan yang bertujuan tertentu dapat dikirimkan kemudian diterima oleh sekelompok orang yang merasa yakin (ditunjukkan oleh perilaku) bahwa komunikasi telah terjadi. Pertanyaannya adalah bagaimana cara kita dapat menentukan tujuan atau maksud suatu pesan menurut apa yang dipikirkan seorang pengirim? Salah satu tujuan model ini mengatakan bahwa semua jenis pesan yang bertujuan tertentu yang dikirimkan oleh pengirim lalu diterima oleh penerima dapat dipertimbangkan sebagai tindakan komunikasi itu sendiri. Model aristoteles tentang komunikasi mendeskripsikan tiga elemen penting, yaitu; *Logos* berkaitan dengan konten suatu pesan, *Pathos* berkaitan dengan pengaruh terhadap audiensi, dan *Ethos* berkaitan dengan speaker.
- f. **Teori Model Lasswell⁴³.** Sebuah model verbal awal dalam komunikasi adalah model yang diusulkan oleh Lasswell (1948), yaitu menyangkut unsur; Sumber (*who*, siapa), Unsur Pesan (*says what*, mengatakan apa), Saluran Komunikasi (*in which channel*, pada saluran mana), Unsur Penerima (*to whom*, kepada siapa), dan

⁴³ Werner J. Severrin, James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan terapan di Dalam Media Massa*, Prenada Media Group, 2005, hal. 55

unsure Pengaruh (*with what effect*, dengan pengaruh/dampak apa). Model Lasswell ini digunakan dalam banyak aplikasi dalam komunikasi massa. Ia mengindikasikan bahwa lebih dari satu saluran bisa membawa sebuah pesan. Siapa mengemukakan pertanyaan tentang pengendalian pesan. Mengatakan Apa adalah subjek analisis isi (umpamanya, analisis informasi dalam *cyberspace*). Saluran komunikasi dipelajari dalam media analisis. Kepada Siapa berkaitan dengan analisis penerima dan audiens (umpamanya, sikap pemilih). Studi *difusi* (pelebaran) dan kredibilitas komunikator dilihat sebagai studi Pengaruh atau dampak. Model Lasswell telah dikritik karena tampaknya model tersebut mengindikasikan kehadiran seorang komunikator dan pesan yang bertujuan. Ia juga dianggap terlalu menyederhanakan, tetapi seperti halnya model lain yang baik, model ini memfokuskan perhatian pada aspek-aspek penting komunikasi. Dalam penjelasannya dengan mengacu pada model komunikasi Harold Lasswell⁴⁴, dijelaskan;

- (1) Pengirim – Penerima. Komunikasi antarpribadi paling tidak melibatkan dua orang. Istilah pengirim-penerima digunakan untuk menekankan bahwa fungsi pengirim dan penerima ini dilakukan oleh setiap orang yang terlibat komunikasi antar pribadi

⁴⁴ Riswandi, *Op.cit.* 2009, hal 81

- (2) *Encoding-decoding*. Encoding adalah tindakan menghasilkan pesan. Artinya pesan-pesan yang akan disampaikan di "kode" atau diformulasikan terlebih dahulu dengan menggunakan kata-kata, simbol-simbol, dan sebagainya. *Decoding* adalah tindakan untuk menginterpretasikan dan memahami pesan-pesan yang diterima. Dalam komunikasi antarpribadi, karena pengirim sekaligus juga bertindak sebagai penerima, maka fungsi *encoding* dilakukan oleh setiap orang yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi.
- (3) Pesan-pesan. Dalam komunikasi antarpribadi, pesan-pesan ini bisa berbentuk verbal atau nonverbal, atau gabungan antara verbal dan nonverbal
- (4) Saluran. Dalam komunikasi antar pribadi, lazimnya para pelaku bertemu secara tatap muka
- (5) Gangguan (*noise*). Dalam komunikasi antarpribadi mencakup tiga hal, yaitu; gangguan fisik, pertama, seperti kegaduhan, interupsi, kedua, Gangguan psikologis, seperti emosi, sikap, nilai, atau status peserta, ketiga, gangguan *semantic*, terjadi karena kata-kata atau simbol yang digunakan seringkali memiliki makna ganda, sehingga penerima gagal menangkap maksud si pengirim pesan
- (6) Umpan Balik. Umpan balik memainkan peran sangat penting dalam proses komunikasi antarpribadi, karena

pengirim dan penerima pesan secara terus menerus dan secara bergantian memberikan umpan balik dalam berbagai cara, baik verbal (dengan pertanyaan atau jawaban dalam kaitannya dengan apa yang dibicarakan) maupun nonverbal (senyuman, anggukan, gelengan kepala). Umpan balik ini bisa positif, netral, atau negative. Umpan balik positif bilang menguntungkan, sedangkan bernilai negative bila merugikan.

- (7) Konteks. Ada tiga dimensi konteks dalam proses komunikasi antarpribadi, yaitu;
- a. Dimensi fisik, yaitu tempat dimana komunikasi berlangsung
 - b. Dimensi sosial psikologis, mencakup misalnya status hubungan dinatara orang-orang yang terlibat komunikasi, seperti akrab-tidak akrab, norma dan nilai budaya, formal atau informal, serius-tidak serius
 - c. Dimensi temporal, adanya suatu pesan khusus yang sesuai dengan rangkaian peristiwa komunikasi

(8) Bidang pengalaman (*field of experience*). Bidang pengalaman merupakan faktor penting dalam komunikasi. Komunikasi akan semakin efektif apabila para pelaku mempunyai bidang pengalaman yang sama. Sebaliknya komunikasi akan semakin

sulit jika para pelakunya mempunyai bidang pengalaman yang tidak sama.

- (9) Efek. Proses komunikasi selalu mempunyai berbagai akibat, baik positif maupun negative pada salah satu atau keduanya.

Komunikasi dalam perspektif ini adalah suatu proses yang berkembang, yaitu dari bersifat impersonal menjadi interpersonal atau intim. Artinya ada peningkatan antara para pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Seringkali pertemuan antarpribadi diawali dengan pembicaraan pada masalah-masalah yang bersifat umum seperti usia, pekerjaan, hobby, tempat tinggal, asal daerah. Disamping itu, interaksi yang terjadi ditentukan oleh norma-norma sosial yang berlaku dalam masyarakat. Kondisi ini masih bersifat impersonal. Bila pada akhirnya pembicaraan tersebut berkembang pada masalah-masalah yang spesifik dan bersifat pribadi seperti kebiasaan, kesukaan, seks, dan sejenisnya, maka situasi tersebut telah menunjukkan adanya komunikasi interpersonal.

Komunikasi impersonal dan interpersonal⁴⁵ dapat dibedakan dari 3 faktor, yaitu; 1) Prediksi pada data psikologis, 2) Interaksi berdasarkan pengetahuan, 3) Interaksi berdasarkan aturan yang ditentukan sendiri.

- 1) Prediksi berdasarkan data psikologis. Interaksi antarpribadi yang dilakukan oleh para pelaku

⁴⁵ Riswandi, *Op.cit.* 2009, hal 84

didasarkan pada prediksi mereka data psikologis orang lain. Artinya, dalam komunikasi antarpribadi seseorang memprediksikan orang lain menurut ciri-ciri khas atau hal-hal spesifik dari orang itu. Sedangkan dalam komunikasi impersonal kita memang orang lain menurut data cultural sosiologis

2) Interaksi berdasarkan pengetahuan. Dalam komunikasi antarpribadi kita tidak hanya dapat memprediksikan bagaimana seseorang akan bertindak, tetapi juga dapat menjelaskan perilaku orang tersebut.

3) Interaksi berdasarkan aturan yang ditentukan sendiri. Dalam komunikasi impersonal, aturan-aturan interaksi ditentukan oleh norma-norma sosial. Misalnya, dalam masyarakat dan budaya Jawa, dan Indonesia pada umumnya, interaksi dosen-mahasiswa harus sesuai dengan norma-norma yang ada, misalnya kalau pembaca mau bertanya hendaklah dengan sopan.

g. **Teori Matematis Dalam Berkomunikasi Shannon dan Weaver (1949)⁴⁶.** Teori ini didasarkan pada konsep statistik transmisi sinyal, yang pertama kali diajukan oleh Weaver yang memberikan sumbangan yang sangat penting dan berpengaruh terhadap perkembangan model-model lainnya dan teori-teori dalam komunikasi. Warren

⁴⁶ Ibid, hal 56

Weaver menyajikan skema komunikasi yang membuah banyak model lain dalam proses komunikasi. Sumbngam penting lainnya dari Shannon dan Weaver adalah konsep pesan terdiri dari *entropi* dan *redundansi* (*redundancy*) dan keseimbangan yang diperlukan antara keduanya untuk menghasilkan komunikasi yang efesien seraya menghilangkan gangguan pada saluran. Singkatnya semakin banyak gangguan, maka semakin besar kebutuhan akan *redundansi*, yang akan mengurangi *entropi relative* dari pesan tersebut. Teori informasi, ketika teori matematis komunikasi menjadi terkenal, digambarkan "mempunyai cakupan (*scope*) yang bersifat sangat umum, penanganan masalahnya fundamental, capaiannya mempunyai kesederhanaan dan kekuatan fisik.

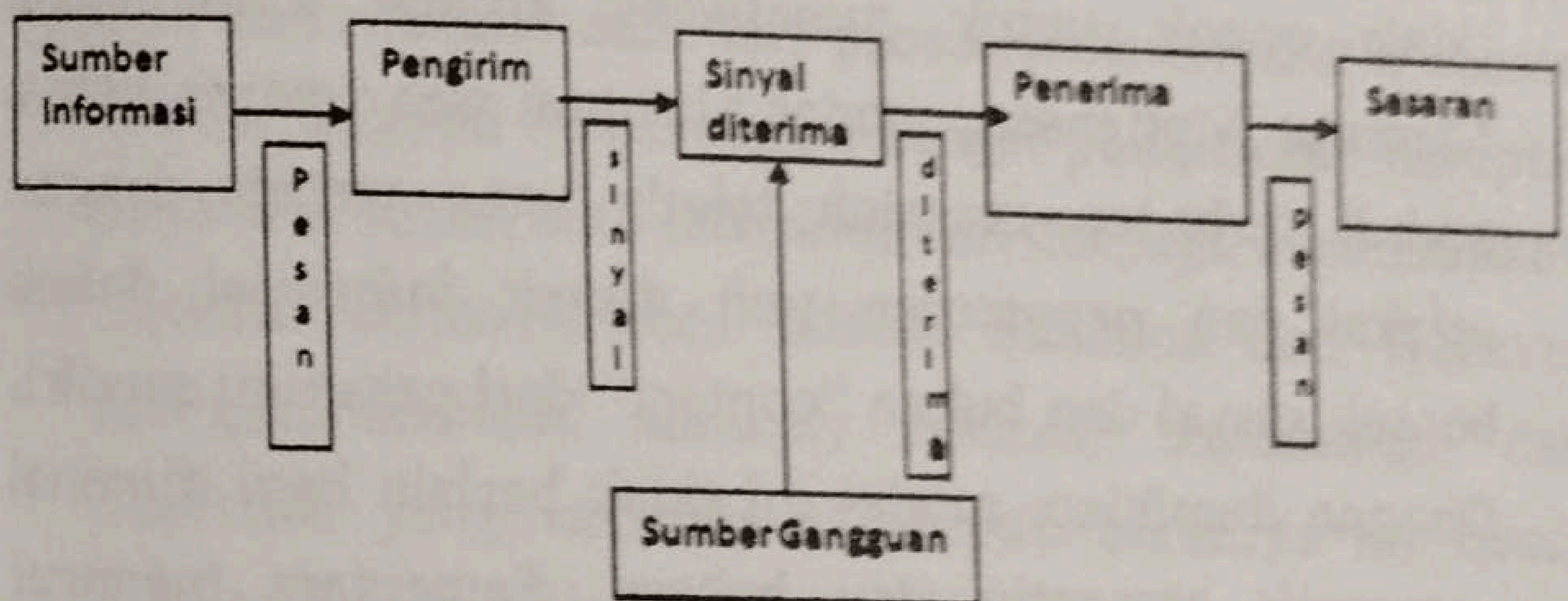


Diagram 1. Diagram Skematik Sistem Komunikasi Umum dari Shannon

Model Linier dari Shannon dan Weaver⁴⁷ ini mempunyai kekuatan sangat berpengaruh terhadap sejumlah model skematis dari teori-teori komunikasi yang berbasis nonmatematika. Sebagai contoh, George Gerbner (1956) meredefinisi kembali komunikasi versi Harold Lasswell dan Shannon & Weaver dengan menambahkan elemen komunikasi seperti; (1) pengertian persepsi, (2) reaksi terhadap situasi, (3) konteks pesan. Model Linier ini mempunyai kelemahan-kelemahan, yaitu; (1) Tidak analog dengan sebagian besar teori komunikasi manusia. Contohnya, hanya sedikit informasi yang ditransmisikan dari sumber kepada penerima dalam komunikasi antarpersonal bermedia telepon. Faktor penggunaan media untuk melampaui jarak sangat mempengaruhi sinyal, (2) Model ini tampak terlalu formal sehingga tidak cocok untuk membahas konten komunikasi. Menurut Mottensen, model Shannon dan weaver hanya peduli terhadap masalah teknis yang terkait dengan seleksi dan pengaturan unit diskrit informasi dalam bentuk sinyal dan bukan "content" dari pesan itu sendiri. Dengan demikian, model ini tidak berlalu bagi dimensi pragmatis semantic atau bahasa. Sementara menurut Theodore Roszak dalam ceramahnya yang berjudul "*The Cult of Information*" di sampaikan di depan sekelompok ilmuwan terkemuka – menantang definisi Shannon dan

⁴⁷ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 84

weaver lalu mengatakan, “ saya berpikir tentang kata “informasi” yang menjadi sumber masalah bagi kelayakan teori ini, karena jika hanya informasi yang dipikirkan, maka kita terjebak dalam konsep kapasitas untuk memenuhi syarat atau transmisi, namun informasi yang dimaksudkan adalah kontens. Karena itu, Roszak menunjukkan bahwa model Shannon tidak memiliki mekanisme untuk membedakan manakah ide-ide penting dari suatu informasi, artinya model ini tidak memperhatikan aspek isi *semantik*.

- h. Model Osgood*⁴⁸. Model ini mengatakan bahwa komunikasi teknik milik Shannon dan Weaver yang dikembangkan untuk diaplikasikan pada masalah-masalah mekanik, tidak pernah dimaksudkan untuk komunikasi manusia. Modelnya sendiri dikembangkan oleh teori makna dan dari proses *psikolinguistik* secara umum. Osgood memberikan fungsi pengiriman maupun penerima dalam satu individu, dan dia juga memasukkan “makna” simbol-simbol. Model Shannon dan Weaver mengimplikasikan sumber, sasaran, transmitter, dan penerima yang terpisah. Meskipun biasanya ini benar untuk system mekanik, tetapi tidak benar untuk system komunikasi manusia. Dalam model ini, “masukan” adalah suatu bentuk energy fisik atau “stimulus” yang dikodekan dalam suatu bentuk yang diubah menjadi

⁴⁸ Werner J. Severin, James W. Tankard, *Op.cit*, hal 65

weaver lalu mengatakan, "saya berpikir tentang kata "informasi" yang menjadi sumber masalah bagi kelayakan teori ini, karena jika hanya informasi yang dipikirkan, maka kita terjebak dalam konsep kapasitas untuk memenuhi syarat atau transmisi, namun informasi yang dimaksudkan adalah kontens. Karena itu, Roszak menunjukkan bahwa model Shannon tidak memiliki mekanisme untuk membedakan manakah ide-ide penting dari suatu informasi, artinya model ini tidak memperhatikan aspek isi *semantik*.

- h. **Model Osgood**⁴⁸. Model ini mengatakan bahwa komunikasi teknik milik Shannon dan Weaver yang dikembangkan untuk diaplikasikan pada masalah-masalah mekanik, tidak pernah dimaksudkan untuk komunikasi manusia. Modelnya sendiri dikembangkan oleh teori makna dan dari proses *psikolinguistik* secara umum. Osgood memberikan fungsi pengiriman maupun penerima dalam satu individu, dan dia juga memasukkan "makna" simbol-simbol. Model Shannon dan Weaver mengimplikasikan sumber, sasaran, transmitter, dan penerima yang terpisah. Meskipun biasanya ini benar untuk system mekanik, tetapi tidak benar untuk system komunikasi manusia. Dalam model ini, "masukan" adalah suatu bentuk energy fisik atau "stimulus" yang dikodekan dalam suatu bentuk yang diubah menjadi

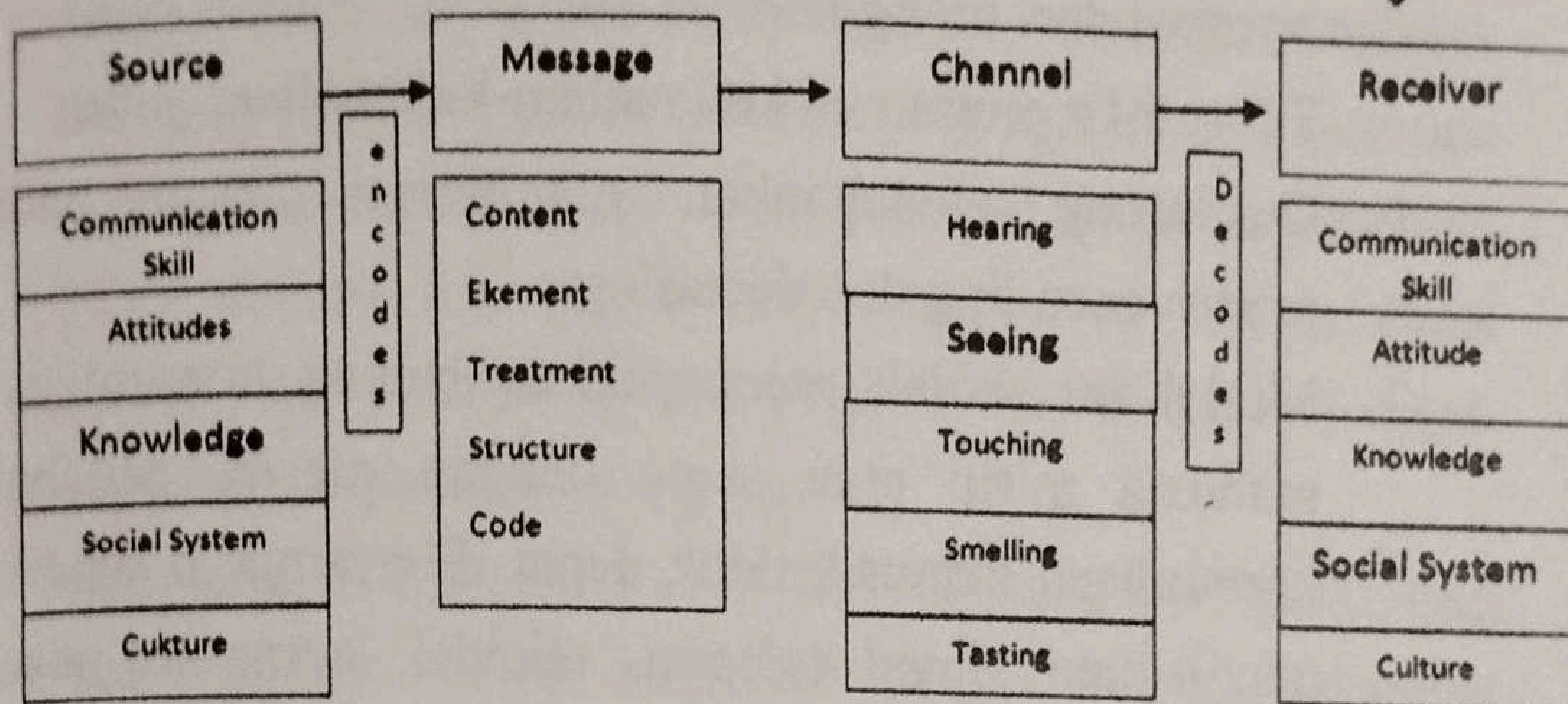
⁴⁸ Werner J. Severin, James W. Tankard, *Op.cit*, hal 65

(disandi-balik) menjadi impuls-impuls sensorik. Dalam pandangan Osgood, setiap orang dalam "komunitas wicara (*speech community*) dipandang sebagai sistem komunikasi yang lengkap yang sejenis dengan Shannon dan Weaver. Osgood telah memodifikasi model Shannon dan Weaver menjadi apa yang dia sebut "unit komunikasi" untuk mengirim dan menerima pesan. Osgood menekankan pada sifat sosial komunikasi dan mengartikan pesan sebagai keluaran (output) total dari unit sumber, yang bisa menjadi masukan total dari sebuah sasaran. Ketika seseorang berbicara" *Postur, gerak isyarat, ekspresi wajah, dan bahkan manipulasi objek Bisa menjadi bagian dari pesan, seperti tentunya (suara) ... Kejadian pesan ini (reaksi seseorang yang menghasilkan rangsangan pada orang lain) bisa langsung atau lewat perantara - pembicaraan empat mata yang biasa menggambarkan komunikasi langsung dan tertulis (bersama dengan rekaman music, benda-benda seni, dan lains ebagainya) menggambarkan komunikasi dengan perantara (1954, hlm 2-3) "*

- i. **Model S-M-C-R dari Berlo.**⁴⁹ Menurut Ehninger, Gronbeck dan Monroe, model ini merupakan model yang paling sederhana namun sangat berpengaruh sejak David Berlo menerbitkan bukunya berjudul *The Process of Communication* (New York: Rinehart, and Winston,

⁴⁹ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 85

1960). Pada dasarnya, model Berlo⁵⁰ ini merupakan adaptasi dari model Shannon-Weaver. Dibawah ini digambar skema model S-M-C-R



Tabel 1. Tabel Model S-M-C-R

Teori ini mempunyai kekuatan, yaitu; (1) Gagasan tentang “sumber” memegang cukup fleksibel karena mencakup pesan-pesan lisan, tertulis, elektronik, atau jenis symbol lain yang dijadikan sebagai pesan

(2) “Pesan” dijadikan sebagai elemen utama karena pesan yang mempunyai ide dapat ditansmisikan

(3) Model ini mengakui bahwa penerima adalah pihak yang paling penting dalam komunikasi misi

(3) Model ini mengakui bahwa penerima adalah pihak yang paling penting dalam komunikasi karena mereka merupakan target

(4) Pengertian tentang “encoding” dan “decording” yang terambil dari konteks psiko-linguistik sangat membantu

⁵⁰ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 86

kita menerjemahkan pikiran manusia yang kelak dituangkan ke dalam kata-kata atau symbol lain, sekaligus membentuk kita untuk memahami kata-kata dan symbol dari orang lain

- Teori ini mempunyai kelemahan-kelemahan, yaitu;
1. Cenderung menekankan manipulasi pesan pada proses encoding dan decoding
 2. Model ini seolah menunjukkan bahwa komunikasi manusia mirip atau sama dengan mesin, padahal komunikasi manusia tidak dapat dibayangkan seperti pengiriman sinyal telepon, televisi, computer atau system radar
 3. Model ini juga mempunyai kekurangan karena berusaha menjelaskan masalah paling dalam dari komunikasi manusia dapat diselesaikan secara teknis dan akurat hanya dengan memilih simbol-simbol yang benar dan tepat, mencegah gangguan, dan mengirim pesan secara efisien
 4. Masalah berikut adalah betapa sering terjadi kesalahpahaman terhadap penggunaan simbol. Padahal dalam komunikasi manusia pemanfaatan simbol berkaitan erat dengan "perjanjian" terhadap penggunaan simbol, konsep bersama, kepercayaan, sikap, nilai-nilai yang ada di balik simbol.

j. Model Interaktif dari Wilbur Schramm.⁵¹ Schramm (1955), Osgood, Suci dan Tannenbaum (1958), mengemukakan bahwa setiap orang merupakan bagian yang berada di dalam suatu system komunikasi sosial. Salah satu faktor penentu adalah "pengalaman" individu ketika dia memberikan makna terhadap simbol-simbol. Oleh karena itu, menurut pandangan ini, komunikasi hanya dapat terjadi jika pengirim dan penerima dapat berbagi pengalaman yang sama.

Schramm meyakinkan kita bahwa, dengan model yang dia ciptakan bahwa kerangka pengalaman dari sumber dan penerima sangat mempengaruhi mereka untuk melakukan *encoder* dan *decoder* terhadap sinyal pesan. Ini berarti pula bahwa jika tingkat kesamaan pengalaman antara pengirim dan penerima terhadap suatu pesan semakin tinggi, maka komunikasi akan semakin efektif. Schramm (1954) adalah salah satu dari orang-orang yang pertama yang mengubah model matematis dari Shannon dan Weaver. Kata Schramm peranan *decoding* dan *encoding* sangat penting dalam komunikasi apalagi jika komunikasi itu dilaksanakan secara simultan oleh pengirim dan penerima, namun yang patut diingat adalah bagaimana dua pihak menerjemahkan maksud yang terkandung dalam pesan melalui *encoding* dan *decoding*.

⁵¹ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 87

Kekuatan Konsep Schramm⁵² diantaranya adalah;

- (1) Schramm menambahkan "kerangka pengalaman (*field of experience*) dalam model yang dia ajukan. Model ini sebenarnya merupakan acuan psikologis yang berkaitan erat dengan jenis orientasi atau sikap interacting ketika berkomunikasi
- (2) Kata Schramm, komunikasi merupakan proses timbal balik, dua arah, meskipun umpan balik pesan dapat tertunda, penundaan ini dapat berarti memberikan peluang untuk memahami pesan secara seksama. Meskipun kita tidak dapat mengabaikan bahwa ada beberapa metode komunikasi bisa langsung.
- (3) Kekuatan model ini juga dapat menjelaskan: (a). Bagaimana seorang politisi dapat memperkirakan suara yang dia peroleh di pelbagai daerah pemilihan dalam pemilu, (b). Para sponsor komersial dapat memeriksa angka penjualan, atau mengukur efektifitas komunikasi pesan iklan kepada audiens, (c). Seorang guru dapat mengukur kemampuan mereka mengajarkan sejumlah materi tertentu dengan memperhatikan jumlah siswa yang mendaftar pada kuliah di semester berikut
- (4) Tentang Konteks: (a) Sebuah pesan mungkin akan memiliki arti yang berbeda, tergantung pada konteks tertentu atau pengaturan pesan ke dalam konteks

⁵² Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 88

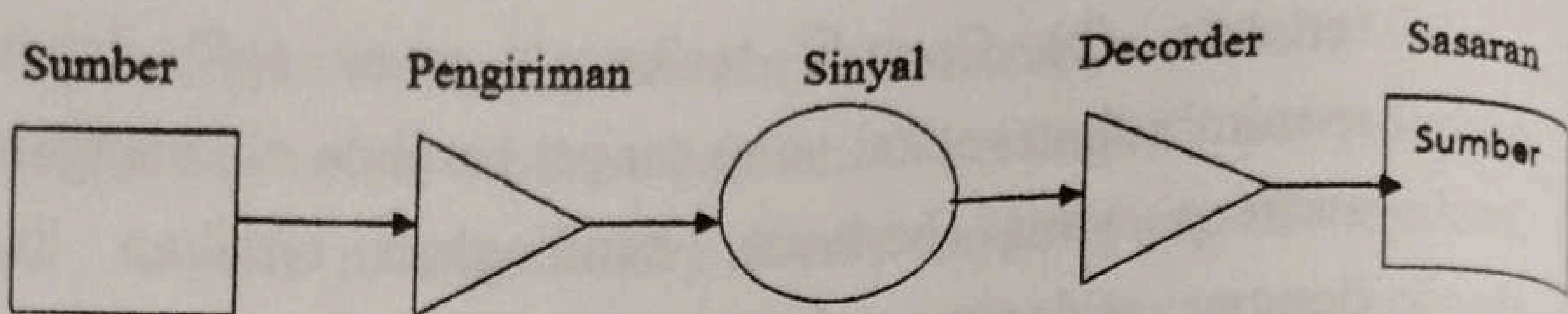
tertentu, (b) Contoh, teriakan "awas api" dapat menimbulkan reaksi yang sangat berbeda di kalangan audiens yang berbeda, bandingkan teriakan itu dengan didengar oleh orang-orang yang sedang menonton film dalam teater dengan yang berada di jalan raya.

- (5) Tentang budaya, sebuah pesan dapat memiliki arti yang berbeda, hal ini tergantung dari kebudayaan suatu masyarakat. Sistem komunikasi dapat dimanipulasi sehingga dapat beroperasi di dalam batas-batas aturan budaya, sehingga tidak mengganggu kebudayaan masyarakat setempat
- (6) Model ini dapat digunakan oleh merancang model lainnya misalnya, untuk menjelaskan siklus suatu pidato atau koordinasi terhadap pelbagai pesan yang tumpang tindih.

Pada prinsipnya Schramm⁵³ tidak membuat perbedaan yang tajam antara komunikasi teknik dan non teknik seperti yang dilakukan oleh Shannon dan Weaver, tetapi dia mengakui bahwa pemikirannya yang diilhami oleh Osgood. Ada tiga Model Schramm, yaitu ;

Model Pertama, model ini memiliki kesamaan dengan Shannon dan Weaver

⁵³ Werner J. Severin, James W. Tankard, *Op.cit*, hal 66



Model Kedua, Model kedua Schramm mengenalkan pemikiran bahwa hanya apa yang dialami bersama oleh sumber dan sasaran yang benar-benar dikomunikasikan, karena hanya bagian dari sinyal itu yang dipahami oleh sumber dan sasaran,

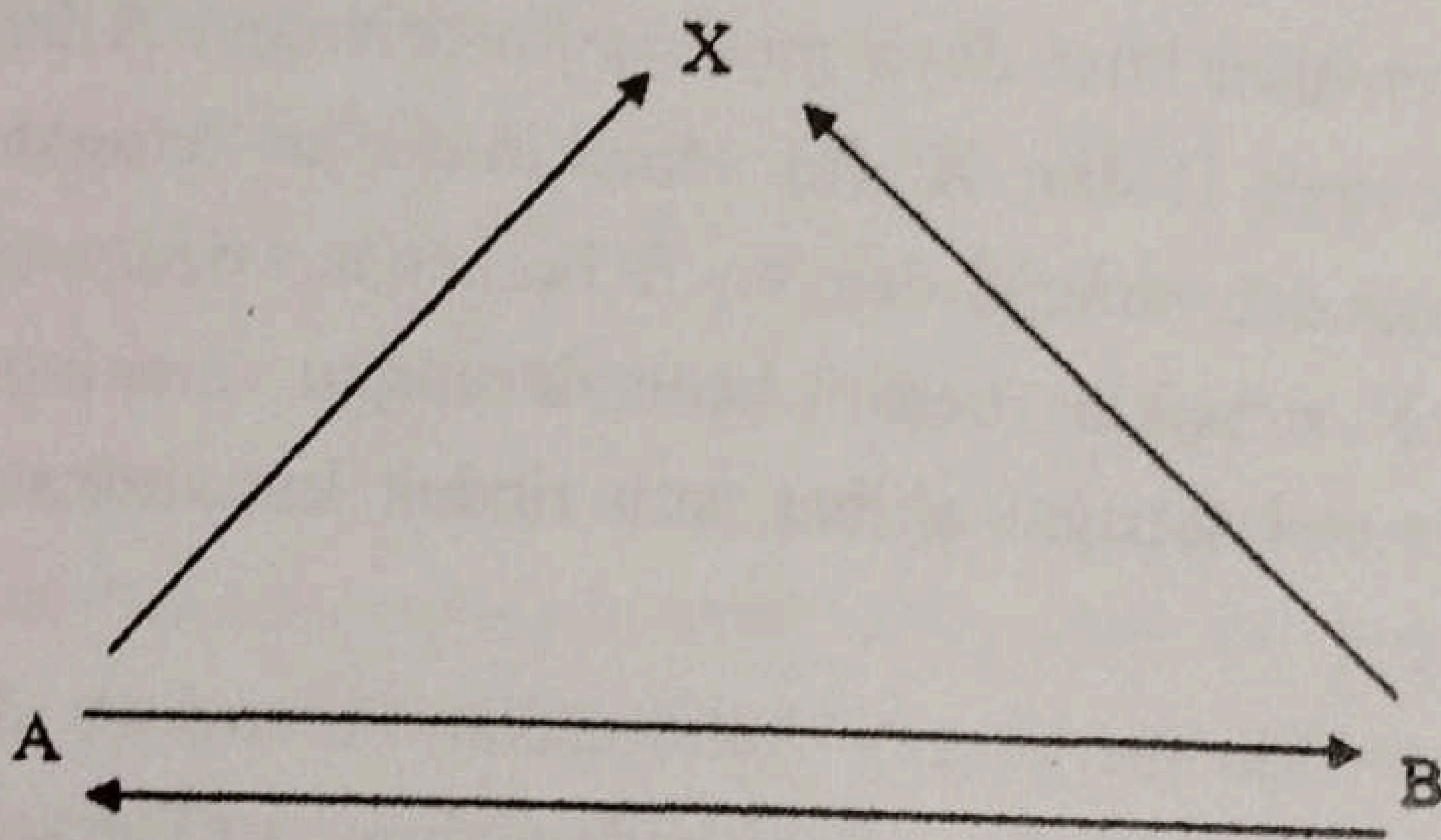
Model Ketiga, berhubungan dengan komunikasi sebagai interaksi antara keduanya dalam penyandian, pengiriman, penyandian-balik (*decording*), dan penerimaan sinyal. Disini kita melihat umpan balik dan "lingkungan" yang berkelanjutan dari informasi yang diketahui bersama.

Metode Schramm ini mempunyai Kelemahan, yaitu; a). Model Scharamm ini merupakan model yang kurang linier meskipun dapat digunakan hanya untuk komunikasi bilateral antara dua pihak, b. Kompleksitas dari berbagai tingkatan komunikasi tidak dapat dijelaskan berdasarkan model ini.

k. **Model Simetri Newcomb.** Pendekatan Theodore Newcomb (1954)⁵⁴ pada komunikasi adalah pendekatan seorang pakar psikologi sosial yang mempelajari interaksi antarmanusia. Modelnya seperti dilihat di

⁵⁴ Werner J. Severin, James W. Tankard, *Op.cit*, hal 67

gambar di bawah ini diambil dari diagram jaringan kelompok yang dibuat oleh pakar psikologi sosial dan merupakan salah satu formulasi awal dari konsistensi kognitif. Dalam bentuk tindakan komunikasi yang paling sederhana, seseorang A, mengirim informasi pada orang lain, B, tentang sesuatu, X. Model ini menganggap orientasi A (sikap) terhadap B dan terhadap X itu saling bergantung (interdependent), dan ketiganya membentuk sebuah system yang terdiri dari empat orientasi.



Gambar 3. Model Dasar A-B-X Newcomb

1. Orientasi A terhadap X, termasuk orientasi keduanya terhadap X sebagai objek untuk didekati atau dihindari (dicirikan dengan tanda dan interaksi) dan atribut kognitif (kepercayaan dan strukturisasi kognitif)
2. Orientasi A terhadap B persis sama. (dengan maksud menghindari istilah yang dibingungkan, Newcomb bicara tentang ketertarikan positif dan negative pada

A dan B dan tentang sikap senang dan tidak senang terhadap X)

3. Orientasi B terhadap X
4. Orientasi B terhadap A

Pada model Newcomb⁵⁵, komunikasi adalah cara yang biasa dan efektif bagi individu untuk berorientasi dengan lingkungan mereka. Inilah model untuk tindakan komunikatif yang disengaja dan melibatkan dua orang. Newcomb membuat postulat dari modelnya itu:

1. Semakin kuat daya menuju ko-orientasi A berkenaan dengan B dan X, (a) semakin besar ketegangan A terhadap simetri dengan B berkenaan dengan X dan (b) semakin besar kecenderungan meningkatnya simetri sebagai akibat satu tindak komunikatif atau lebih
2. Semakin berkurang ketertarikan antara A dan B, semakin ketegangan terhadap simetri dibatasi (oleh syarat asosiasi) pada X tertentu yang menjadi tujuan ko-orientasi.

1. **Model Wesley – Maclean⁵⁶**. Model ini dipengaruhi oleh Newcomb ketika dia masih mahasiswa di Michigan. Model Newcomb menjadi titik awal model Wesley dan Maclean untuk proses komunikasi massa. Mereka

⁵⁵ Werner J. Severin, James W. Tankard, *Op.cit*, hal 67

⁵⁶ Werner J. Severin, James W. Tankard, *Op.cit*, hal 68

menggunakan model Newcomb, menambahkan jumlah kejadian, pemikiran, benda, dan orang yang merupakan "objek orientasi," diletakkan sebagai peran C antara A dan B, dan disediakan sebagai umpan balik. Pada model ini, peran menjadi peran advokasi ("komunikator") dan bisa sebuah kepribadian atau sistem sosial yang memilih dan mengirimkan pesan dengan tujuan tertentu.

- m. **Model Gerbner**⁵⁷. Model Gebner mengembangkan model Lasswell dan menyajikan model verbal yang meimplikasikan sepuluh bidang dasar riset komunikasi. Menurut Gerbner, dalam proses Integrasi, informasi secara substansial diubah untuk membuatnya pas dengan pengetahuan dan sudah ada. Beberapa aspek dalam berita diturunkan dan yang lain dipertajam. Melalui penyandian (*encoding*) ini, unsure-unsur yang kelihatannya penting bagi yang melihat dipisahkan dari detail yang tidak terlalu penting. Berita selalu kehilangan detail dan menjadi lebih terabstraksi dalam pemrosesannya. Selama pemrosesannya, informasi bisa mengalami perubahan yang akan membuatnya kurang atau lebih akurat. Orang cenderung menghayati informasi menjadi makna dan kesimpulan dasar atau salah dan menyimpan hasil penghayatan itu.

⁵⁷ Werner J. Severin, James W. Tankard, *Op.cit*, hal 70

n. **Model Non Linier dari Dance**⁵⁸

Dance menggambar komunikasi sebagai proses dinamis melalui model Helix. Menurut Mortensen, Helix ini merupakan cara untuk menggambarkan dinamika komunikasi yang terus berkembang dalam diri seseorang sejak lahir sampai sekarang. Menurut Dance, model *helix* seolah ingin memberikan kesaksian bahwa pada suatu saat komunikasi bisa bergerak ke depan, pada saat lain dia kembali dengan sendirinya karena dipengaruhi oleh perilaku masa lalu. Dinamika komunikasi ke depan dan ke belakang ditunjukkan oleh besaran pengaruh melalui kurva. Model komunikasi *helix* menawarkan proses komunikasi yang lebih fleksibel. Konsep model Non Linier ini mempunyai kekuatan sebagai berikut; (1) Model ini bisa dikatakan sebagai perangkat model yang bersifat heuristik, oleh karena itu maka model ini dapat memberikan inspirasi bagi ilmuwan lain untuk membangun model-model teoritis, (2) Model ini disebut *sophisticated play*, artinya model ini dapat menjelaskan sifat komunikasi yang kontinyu, komunikasi yang tidak dapat diulang (*irreservible dan unrepeatable*), model yang bersifat aditif dan akumulatif dimana setiap tahapan kegiatan tergantung pada kekuatan yang sudah ada. Semua pengalaman komunikatif merupakan hasil dari belajar, termasuk berbagai peristiwa yang bersifat

⁵⁸ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 89

nonrepeatable. Singkatnya "helix" menekankan aspek terpadu dari semua komunikasi manusia, dan komunikasi itu terus mengalami proses perkembangan, namun tetap memperhatikan pertumbuhan dan penemuan-penemuan baru. Kelemahan model ini, yaitu; (1) model ini menampilkan jumlah elemen komunikasi yang paling sedikit. Menurut Mortensen jika dinilai berdasar standar ilmiah konvensional, maka model helix tidak layak dijadikan sebagai model teoritis, (2) Model ini sangat dikritik karena tidak menampilkan aktifitas elemen komunikasi secara sistematis, (3) Model ini menimbulkan tanda tanya besar

- o. **Model Multidimensi Dari Ruesch dan Bateson⁵⁹.**
Ruesch dan Bateson mengemukakan bahwa komunikasi dapat dipahami sebagai fungsi secara bersamaan pada empat tingkatan analisis; (1) Komunikasi interpersonal sebagai dasar komunikasi, (2) Komunikasi antarpersonal yang terfokus pada bidang pengalaman yang tumpang tindih dari dua interactants, (3) Komunikasi dan interaksi kelompok yang melibatkan banyak pihak, (4) Komunikasi budaya dimana ada link dari sejumlah orang dengan factor budaya tertentu.

Model Ruesch juga menawarkan tingkat aktifitas pada setiap tingkatan fungsi-fungsi, yaitu; (1) mengevaluasi, (2) pengiriman, (3) penerimaan, (4) penyaluran.

⁵⁹ Alo Liliweri, *Loc.cit*, hal 89

- p. **Model Proses Perseptual.**⁶⁰ Model ini dibuat berdasarkan makna yang diciptakan melalui pikiran para partisipan komunikasi, oleh karena itu maka dalam model selalu ada, (1) pengirim, seseorang, kelompok, organisasi yang berkomunikasi dengan penerima, (2) Encoding, pengirim menerjemahkan pikirannya ke dalam kode bahasa tertentu, (3) Pesan, hasil dari encoding, (4). Media, yang dipilih demi kepentingan pertukaran pesan, (5) *Decoding*, Penerima menerjemahkan pesan ke dalam suatu bentuk tertentu, (6) Makna, penerima menerjemahkan pesan melalui komponen-komponen pemrosesan informasi sosial, (7) Umpan balik, penerima menanggapi pesan, (8) Gangguan, segala sesuatu yang menghambat transmisi pesan, (9) Penerima, seseorang, kelompok, organisasi yang berkomunikasi dengan pengirim.
- q. **Model Komunikasi Berantai.**⁶¹ Setiap model komunikasi hanyalah sebuah kerangka kerja konseptual yang memudahkan pemahaman kita tentang proses komunikasi yang kompleks. Model ini menjelaskan cara atau "rantai" penularan informasi sebagaimana dijelaskan dalam "teori Informasi. Keistimewaan model ini didukung oleh tiga unsur utama, yaitu (1) produksi, (2) transmisi, (3) penerimaan. Model ini sebenarnya diderivasi dari model Shannon dan Weaver, namun dielaborasi untuk membahas mekanisme *fisiologis linguistic* dan akustik dari manusia

⁶⁰ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 90

⁶¹ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 91

ketika menyandikan (*encode*), mengirim dan membaca sandi (*decode*). Model Rantai komunikasi ini diperkenalkan oleh Denes dan Pinson pada tahun 1973.

- r. **Model Leary.**⁶² Model ini berbeda dengan model-model yang telah dijelaskan sebelumnya, karena dia merupakan model transaksional-multidimensi yang menekankan aspek relationship dan interaksi komunikasi antarpersonal. Menurut model Leary, komunikasi antarmanusia merupakan proses yang dilakukan oleh dua orang dimana kedua individu mempengaruhi dan dipengaruhi oleh satu sama lain. Kata pengaruh dapat dipahami sebagai perubahan perilaku sehingga perilaku memainkan peran yang penting, tanpa perubahan perilaku maka dua pihak tidak dapat mengadaptasikan peran, apalagi memperhitungkan keberadaan orang lain. Menurut Leary, telaah komunikasi antarpersonal sedapat mungkin memperlihatkan dua dimensi, yaitu dimensi dominasi-petuh dan perasaan benci-cinta, dan dua dimensi ini selalu terjadi selama dua orang berinteraksi. Tesis model ini mengatakan, ketika individu berkomunikasi, maka dia akan mengirimkan pesan dan pesan tersebut memiliki kualitas konten yang dominan-submisif dan perasaan benci-cinta. Masing-masing pihak akan memberikan tanggapan terhadap pesan dan tanggapan itu berdasar perasaan mereka terhadap pesan. Model ini menjelaskan bahwa komunikasi manusia diatur oleh "aturan"; (1) Aturan I, perilaku dominan

⁶² Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 93

versus perilaku submisif, seandainya individu menampilkan perilaku komunikasi dominan berlawanan dengan perilaku orang lain yang submisif, maka tampilan perilaku komunikasi dari masing-masing pihak akan merangsang perilaku yang saling berlawanan, (2) Aturan II, perasaan benci versus perilaku mencintai biasanya merangsang perilaku yang sama dari orang lain. Artinya jika individu menampilkan komunikasi dengan perasaan benci, maka orang lain akan membalas komunikasi itu dengan perasaan benci pula. Demikian pula jika individu menampilkan komunikasi dengan perasaan mencintai maka orang lain akan membalas komunikasi itu dengan perasaan cinta pula.

s. **Model Komunikasi Pragmatis.**⁶³ Model adalah representasi sederhana dari suatu proses komunikasi yang kompleks. Model pragmatis komunikasi menerangkan komunikasi antarpersonal. Model ini dibentuk oleh beberapa elemen penting, yaitu;

- (1) **Karakteristik kreatif dan motivasi interaksi** manusia yang didukung oleh dua aspek penting; a. Historis, yaitu catatan sejarah atas interaksi yang dibentuk individu, juga tentang pola hubungan, perasaan, dan perilaku individu berdasarkan "konsep diri". Komunikasi antarpersonal dapat melakukan modifikasi terhadap proses ini seiring dengan berjalannya waktu, b. Dialogue, yang dibuat ketika

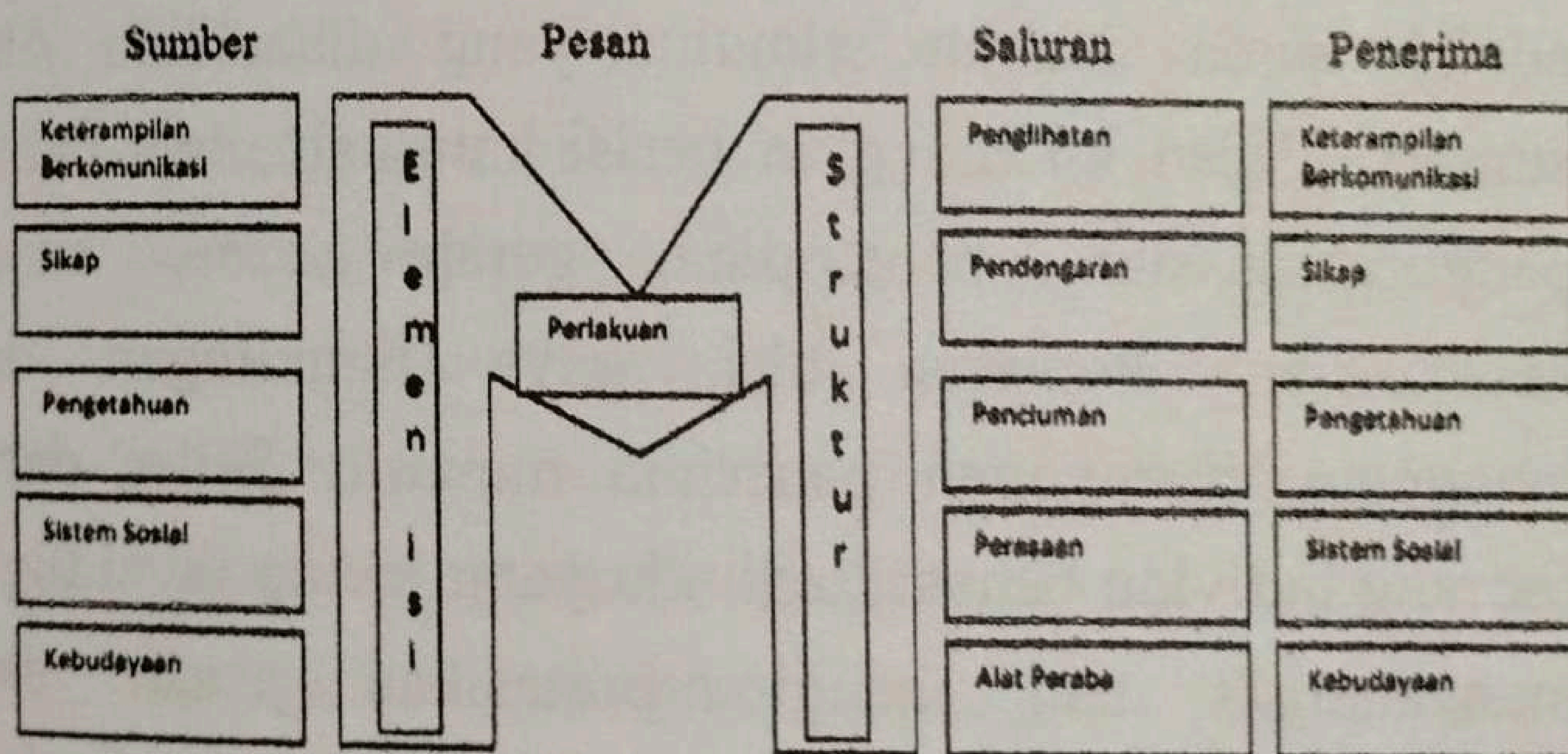
⁶³ Alo Liliweri, *Op.cit*, hal 94

dua orang atau lebih berinteraksi, terutama ketika keduanya berhadapan dengan keunikan. Contoh, meskipun dua pihak menggunakan stuktur bahasa yang sama, namun ada kemungkinan mereka berkolaborasi terhadap beberapa perbedaan untuk menghasilkan kesepakatan demi melanjutkan relasi diantara mereka.

- (2) **Observation**, berupa pengamatan oleh dua pihak, seperti mengenai informasi yang mereka terima melalui lima indera, melihat, mendengar, merasakan, mencium, dan menyentuh. Komunikasi diantara mereka tidak semata-mata ditentukan oleh apa yang mereka amati atau yang mereka lakukan, tetapi factor apa yang mendorong mereka untuk mengatakan atau melakukan sesuatu.
- (3) **Meaning**, mengacu pada interpretasi atau penilaian terhadap informasi yang diterima, seperti menafsirkan senyum bukan sebagai sinis tetapi sebagai kegembiraan atas pertemuan.
- (4) **Affect**, berkaitan dengans aling mempengaruhi perasaan, emosi, atau mood yang dibawa kepada suatu makna berdasarkan situasi dan kondisi dimana komunikasi itu terjadi
- (5) **Motive**, mengacu pada keinginan, kebutuhan, dan niat yang merangsang kita untuk berkomunikasi

- (6) **Action**, Mengacu pada perilaku, atau tindakan yang saling melengkapi. Tindakan tidak selalu disertai dengan gerakan, menatap saja sudah cukup sepanjang tatapan itu berisi banyak makna komunikasi (mendengarkan, membagi kasih, dan merasa iba)
- (7) **Effects**, efek jangka pendek dan jangka panjang akan terjadi sebagai akibat dari komunikasi. Efek jangka pendek dapat diperoleh langsung disaat yang sama, misalnya ketika terjadi suasana sukacita karena percakapan yang menarik, atau mungkin dua orang terlibat dalam komunikasi yang saling menyerang dan mengejek sehingga membuat masing-masing tersinggung, kemudian meminta maaf atas perilaku. Efek jangka panjang terjadi ketika mereka dua orang yang berkomunikasi saling menaruh kepercayaan terhadap sesame, dan membuat janji untuk sering bertemu.
- (8) **Expectation**, yaitu harapan-harapan atas peningkatan pola interaksi yang mereka tetapkan dari waktu ke waktu, sehingga akan memberikan masa depan komunikasi yang lebih berkualitas. Model ini membantu setiap orang untuk dapat mengantisipasi bagaimana orang lain akan bertindak, dan bagaimana dapat memilih perilaku yang sesuai dan efektif untuk situasi masa depan.

t. Model David Berlo⁶⁴. Model komunikasi yang terkenal di tahun 1960 adalah apa yang dikemukakan oleh David Berlo. Modelnya hanya memperlihatkan proses komunikasi satu arah dan hanya terdiri dari empat komponen yaitu sumber, pesan, saluran dan penerima atau *receiver*. Akan tetapi pada masing-masing komponen tersebut ada sejumlah factor control. Faktor keterampilan, sikap, pengetahuan, kebudayaan, dan system sosial dari sumber atau orang yang mengirim pesan merupakan factor penting dalam menentukan isi pesan, perlakuan atau treatment dan penyandian pesan. Faktor-faktor ini juga berpengaruh terhadap penerima pesan dalam menginterpretasikan isi pesan yang dikirimkan. Saluran yang yang dapat digunakan dalam komunikasi adalah penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan dan alat peraba.



GAMBAR 4. Model Komunikasi Berlo (Ruben, 1988)

⁶⁴ Dr. Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara, 2009, hal.13

Model komunikasi Berlo disamping menekankan komunikasi sebagai suatu proses, yang menekankan ide bahwa *meaning are in the people* atau arti pesan yang dikirimkan pada orang yang menerima pesan bukan pada kata-kata pesan itu sendiri. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa interpretasi pesan terutama tergantung kepada arti dari kata atau pesan yang ditafsirkan oleh si pengirim atau si penerima pesan dan bukan pada apa yang ada dalam komponen pesan itu sendiri.

- u. **Model Seiler⁶⁵**. William J. Seiler (1988) memberikan model komponen dua arah dan bersifat lebih universal. Menurut Seiler source atau pengirim pesan mempunyai empat peranan yaitu menentukan arti apa yang akan dikomunikasikan, menyandikan arti ke dalam suatu pesan, mengirimkan pesan dan mengamati, dan bereaksi terhadap respon dari penerima pesan. Pengertian pesan adalah sama dengan stimulus yang dihasilkan oleh sumber. Pesan ini mungkin berisi kata-kata, tata bahasa, pengorganisasian, penampian, gerak badan, suara, kepribadian, konsepsi diri, gaya lingkungan dan gangguan. Komponen penerima menurut Seiler dapat seorang individu banyak individu yang mempunyai tugas menganalisis dan menginterpretasikan pesan baik disengaja maupun tidak disengaja. Si penerima

⁶⁵ Idem, hal 13

mempunyai peranan tertentu dalam komunikasi yaitu sebagai berikut⁶⁶;

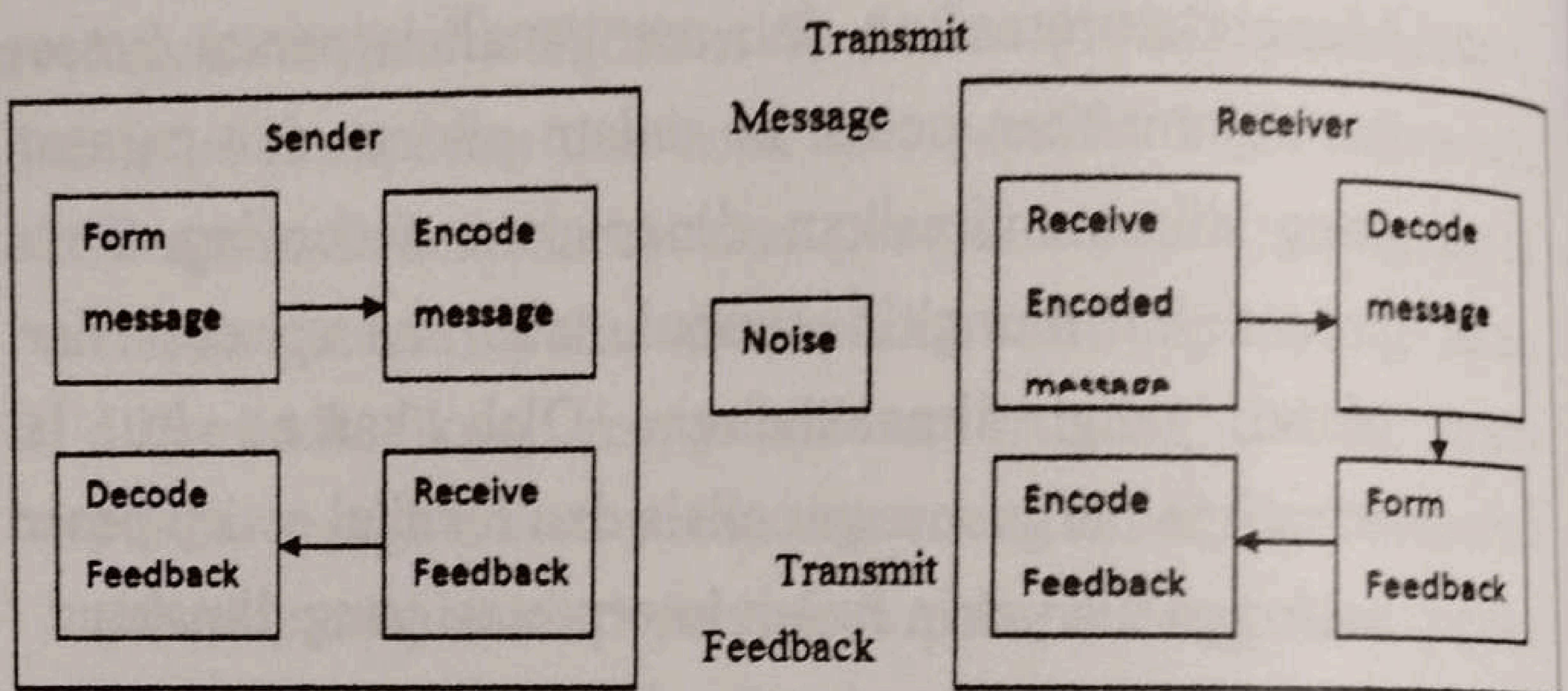
- a. Menerima pesan dapat dilakukan dengan mendengarkan melihat, meraba, mencium, dan merasakan
- b. Mengikuti pesan yang dimaksudkan untuk mereka, dengan memusatkan perhatian kepada stimulus tertentu dan menghilangkan gangguan yang dapat mengganggu si penerima
- c. Menginterpretasikan dan menganalisis peran. Proses menerjemahkan pesan ke dalam pikiran dan perasaan yang dikomunikasikan dinamakan decoding. Pada proses ini mungkin timbul salah interpretasi dari pesan yang dimaksudkan. Oleh karena itu isi penerima harus menganalisis dan menilai setiap pesan sehingga dia yakin itulah interpretasi yang dimaksud
- d. Menyimpan dan mengingat kembali pesan. Kemampuan menyimpan dan mengingat kembali pesan adalah berbeda pada tiap orang. Ada orang yang dapat menyimpan dan mengingat kembali dengan cepat dan ada pula yang sering lupa tentang pesan yang telah disimpannya.
- e. Berespon terhadap pengirim pesan, saluran, lingkungan, gangguan, dan pesan. Respon terhadap suatu pesan mungkin berupa komentar bahwa pesan

⁶⁶ Idem, hal 15

sudah diterima, dan dapat juga berupa anggukan kepala atau gelengan kepala sebagai tanda bahwa pesan tidak dipahami atau meminta informasi yang lebih banyak.

Pada prinsipnya setidaknya ada tiga unsur yang bisa digunakan dalam model komunikasi, yaitu; Usaha, Penyampaian pesan dan Antarmanusia. Tiga unsur itu yaitu;

Model Proses Komunikasi ⁶⁷



Tabel2. Tabel Model Proses Komunikasi

1. Usaha

Kata usaha berarti suatu hal yang dilakukan secara sadar dan memiliki tujuan. Seorang melakukan komunikasi dengan suatu motif, atau setidaknya sadar bahwa ia melakukan suatu penyampaian pesan kepada orang lain – meskipun derajat kesengajaan kadang sulit ditentukan. Sigmund Freud mengatakan bahwa jiwa manusia terdiri atas

⁶⁷ Nurani Soyomukti, *Op.cit*, 2010, hal 66

alam sadar dan bahwa sadar. Oleh karenanya, terdapat motif-motif yang disadari (*manifest*) dan motif-motif yang tidak disadari (*latent*), terpendam dan muncul dari alam bawah sadar, mendorong kita menyampaikan pesan kepada manusia lain. Jadi kesimpulannya;

- Komunikasi harus terbatas pada pesan yang disengaja diarahkan seseorang dan diterima oleh orang lainnya
- Komunikasi harus mencakup semua perilaku yang bermakna bagi penerima, apakah disengaja atau pun tidak, dan
- Komunikasi harus mencakup pesan-pesan yang disampaikan dengan sengaja, namun derajat kesengajaan itu sulit ditentukan

Ketika kita menyampaikan pesan, kita sebenarnya telah melalui proses yang kita sebut komunikasi intrapribadi, ada motif komunikasi yang melatarinya. Ketika kita menyampaikan pesan, kita telah melakukan tindak komunikasi. Ketika pesan yang dilatari motif itu ternyata tidak sampai ke tujuannya, ini adalah objek kajian ilmu komunikasi; mencoba mengkaji mengapa pesan yang sudah dikirimkan itu tidak sampai.

2. Penyampaian Pesan

Ketika kita menyampaikan pesan⁶⁸, kita sebenarnya telah melalui proses yang kita sebut sebagai komunikasi intrapribadi (didalam diri kita sendiri) karena telah ada motif yang melatari pesan tersebut. Permasalahan tentang alasan tidak sampainya pesan yang dilatari motif kepada tujuan, merupakan hal unik dan menantang untuk dipelajari bersama. Permasalahan ini pulalah yang menjadi kajian secara mendalam maka kita akan tahu alasan-alasan mengapa pesan yang sudah dikirim tidak sampai.

Komunikasi memang berkaitan dengan perilaku manusia dan hubungan antar sesama manusia. Akan tetapi tidak semua perilaku dan hubungan manusia bisa disebut tindakan atau hubungan komunikasi. Salah satu yang mencirikan bahwa tindakan manusia disebut komunikasi, selain hal yang telah kita bahas di atas, adalah adanya tindakan, kegiatan, atau proses penyampaian pesan. Pesan harus disampaikan, jika tidak ada pesan yang tersampaikan, tidak dapat disebut komunikasi. Dalam komunikasi intrapribadi⁶⁹, yaitu bentuk percakapan di dalam diri. Orang yang jiwanya tidak beres kebanyakan juga disebabkan oleh faktor komunikasinya terhadap dunia dan orang lain. Belakangan, di dunia terapi psikologis (psikoterapi) banyak kita jumlah

⁶⁸ Nurani Soyomukti, *Komunikasi Politik, Kudeta Politik Media, Analisa Komunikasi Rakyat dan Penguasa*, Intrans Publishing, 2013, hal 7

⁶⁹ Nurani Soyomukti, *Op.cit*, 2010, hal 71

metode baru penyembuhan jiwa dan penyelesaian masalah hubungan akibat masalah psikologi. Nama metodenya adalah komunikasi terapeutik (*therapeutic communication*). Dengan metode ini, seorang terapis mengarahkan komunikasi sedemikian rupa sehingga pasien dihadapkan pada situasi dan pertukaran pesan yang dapat menimbulkan hubungan sosial yang lebih bermanfaat. Komunikasi *teurafik* memandang bahwa gangguan jiwa bersumber paa gangguan komunikasi, pada ketidakmampuan pasien dalam mengungkapkan dirinya.

3. Antarmanusia

Pengalihan kegagalan keinginan atau ketidakberdayaan menyampaikan dalam bentuk komunikasi pada pihak yang dituju (manusia) sering dialihkan dalam bentuk komunikasi terhadap benda dan alam karena itu dianggap mewakili pihak yang dituju (dikirim pesan), dan ini adalah masalah psikologis karena bicara tentang manusia berarti bicara tentang makhluk yang berperasaan. Jadi, inilah yang harus kita pahami, bahwa kita telah membahas bahwa ilmu komunikasi hanya mengkaji penyampaian pesan antar manusia. Komunikasi antarmanusia berarti bahwa manusia sebagai pengirim pesan dan manusia lain yang bertindak sebagai penerima pesan.

Objek formal ilmu komunikasi adalah usaha penyampaian pesan antarmanusia, yakni manusia yang sehat

akal budinya. Objek material ilmu komunikasi adalah perilaku manusia, sama seperti objek material ilmu-ilmu sosial lainnya. Oleh karenanya, ilmu komunikasi hanya mengkaji komunikasi antarmanusia dan tidak kepada yang bukan manusia.

Berdasarkan ciri psikologis manusia⁷⁰, manusia juga merupakan makhluk yang berkomunikasi dengan pesan yang terlahir dari manusia berkaitan dengan dua hal;

- a. Isi Pesan (*contents of message*). Isi pesan biasanya hasil dari pikiran dan kadang juga perasaan. Apa yang kita ungkapkan, ucapkan, dan kadang kita lakukan merupakan pesan yang dilihat oleh orang lain yang akan menimbulkan tanggapan (*reaksi*), diterima, dan ditanggapi sebagai sebuah proses komunikasi
- b. Lambang (*symbol*). Lambang yang umum digunakan adalah bahasa. Akan tetapi, selain bahasa, juga ada lambing lain yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti gambar, *gesture* tubuh, warna, isyarat, dan lainnya yang juga bisa digunakan untuk member arti sebagai pesan.

Dalam berkomunikasi, *symbol* dapat berbentuk tindakan dan aktifitas manusia, atau tampilan objek yang mewakili makna tertentu. Makna disini mencakup persepsi, pikiran, atau perasaan yang dialami seseorang yang pada gilirannya dikomunikasikan kepada orang lain. Dalam

⁷⁰ Nurani Soyomukti, *Op.cit*, 2010, hal 84

konsep manusia sebagai komunikator humanistik⁷¹, kita melihat;

1. **Manusia sebagai Komunikator.** Manusia sebagai komunikator memiliki sifat-sifat sebagai berikut;
 - Personal dan unik, yaitu bahwa manusia merupakan makhluk yang memiliki kepribadian (*personalitas*) yang hadir dalam karakter individu, yang dapat dilihat dalam tindakan, penampilan, dan pembicaraan. Jadi pesan yang disampaikan dalam posisi kita sebagai komunikator akan menunjukkan siapa kita yang berbeda dengan yang lain. Semakin jelas manusia menampilkan diri dan menyampaikan pesan pada orang lain tentang siapa dirinya melalui tindakan dan ucapannya, ia akan kian dimengerti orang lain. Semakin jelas manusia menampilkan diri dan menyampaikan pesan pada orang lain tentang siapa dirinya melalui tindakan dan ucapannya, ia akan kian dimengerti orang lain. Tindakan ini juga akan memberikan padanya status dan predikat.
 - Aktif, yaitu bahwa manusia adalah agen aktif bagi dirinya dengan keinginan dan pikirannya yang menyampaikan pesan-pesan dan melakukan komunikasi dengan orang lain
 - Sadar diri dan terlibat dalam kehidupan sosial, yaitu bahwa manusia menjalankan peranannya secara sadar

⁷¹ Nurani Soyomukti, *Op.cit*, 2010, hal 85

dan terlibat dalam hubungan dengan orang lain. Menurut aliran psikologi humanistic, manusia adalah subjek yang aktif dan bebas memilih. Bukan sekedar makhluk yang ditekan oleh keterbatasan akibat kebutuhan internal, bukan pula semata-mata tergantung dari lingkungan dan control dari luar dirinya.

2. **Komunikasi manusia yang terganggu vs komunikasi yang efektif.** Karena komunikasi didorong oleh motif, ia memiliki tujuan-tujuan tertentu serta fungsi-fungsi tertentu. Ketika kita berbicara dengan orang lain, kita bermaksud, kita bermaksud untuk membuat orang itu bertingkah laku atau bertindak sesuai apa yang kita inginkan. Secara umum, fungsi-fungsi komunikasi adalah; mencapai pengertian satu sama lain, membina kepercayaan, mengkoordinasi tindakan, merencanakan strategi, melakukan pembagian pekerjaan, dan berbagi rasa.

Dalam komunikasi lancar tidaknya komunikasi ditentukan oleh beberapa faktor⁷², antara lain;

- a. Latar belakang. Latar belakang penyampai pesan dan penerima pesan harus dipertimbangkan. Kedua belah pihak sama-sama memiliki latar belakang kehidupan, baik secara budaya yang mempengaruhi masing-masing.

⁷² Nurani Soyomukti, *Op.cit*, 2010, hal 87

- b. Bahasa, Bahasa adalah symbol yang berisi makna, yang sangat penting dalam komunikasi dan harus dipertimbangkan. Tidak akan berjalan komunikasi antara dua pihak yang tidak memahami bahasa masing-masing jika tidak ada bahasa. Bahasa mencerminkan budaya suatu masyarakat, bahkan juga psikologi masyarakat, dan juga cara berpikir masyarakat – sebab bahasa adalah ideology, demikian pendekatan sosio-kultural dan sosio-linguistik memahaminya.
- c. Sikap. Sikap dalam menyampaikan pesan juga akan mempengaruhi jalannya komunikasi. Terutama, dalam komunikasi yang terjadi secara langsung dan tatap muka (*v/s-d-v/s*) Hal ini juga menyangkut etika berkomunikasi. Dal hal ini, komunikasi yang tidak etis akan dipandang akan mengganggu karena tidak sesuai dengan cara-cara dalam menyampikan sesuatu.
- d. Waktu. Proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan membutuhkan waktu. Di era ketika komunikasi membutuhkan biaya, semakin efektif waktu yang digunakan untuk mewujudkan tujuan komunikasi, yaitu bagaimana pesan yang disampaikan bisa mengubah persepsi, tingkah laku, atau tindakan sebagaimana yang diinginkan, akan membutuhkan biaya yang hemat

- e. Lingkungan. Lingkungan akan mempengaruhi berjalannya komunikasi. Lingkungan menentukan sikap. Anda tidak bisa melakukan dikusi secara efektif di tempat yang ramai, apalagi dikusi untuk membahas hal-hal yang serius.
- f. Melihat. Banyak orang mengatakan bahwa "mata tak bisa dibohongi". Oleh karena itulah, komunikasi melalui pandangan mata antara dua orang yang berdekatan sangatlah efektif, pengaruhnya sangat luar biasa. Melihat adalah peristiwa menggunakan mata untuk menangkap objek visual yang ada di dalam alam kehidupan.
- g. Mendengar. Pesan dikirim, komunikasi akan melakukan proses selektif untuk memperhatikan, mendengar, memahami, dan mengingat symbol-symbol pendengaran. Mendengarkan adalah proses aktif menerima rangsangan (stimulus) telinga. Mendengarkan adalah keterampilan yang sangat penting, tetapi umumnya kita memiliki keterampilan yang buruk.
- h. Berbicara. Berbicara sebagai tindakan komunikasi adalah tindakan yang juga butuh efektifitas agar pesan yang disampaikan juga bisa masuk secara balik ke komunikan. Sebagai proses penyampaian pesan, berbicara bukan hanya tindakan mengeluarkan suara dari mulut, melainkan juga memosisikan tubuh,

menggerakkan tangan, menunjukkan wajah. Gerakan tubuh saat berbicara adalah kekuatan yang tidak dapat diabaikan.

5. Tipe-tipe Komunikasi

R. Wayne Pace⁷³ dengan teman-temannya dari *Brigham Young University* dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* (1979) membagi komunikasi atas tiga tipe, yakni komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi serta komunikasi khalayak.

- 1) **Komunikasi dengan diri sendiri** (*Intrapersonal communication*). Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses komunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu obyek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. Obyek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun dalam diri seseorang. Obyek yang diamati mengalami proses perkembangan dalam pikiran manusia setelah rangsangan dari panca indera yang dimilikinya. Hasil kerja dari proses pikiran tadi setelah dievaluasi

⁷³ Hafied Cangara, *Op.cit*, hal 30

pada gilirannya akan member pengaruh pada pengetahuan, sikap dan perilaku seseorang.

Dalam proses pengambilan keputusan, seringkali seseorang dihadapkan pada pilihan Ya atau Tidak. Keadaan semacam ini membawa seseorang pada situasi berkomunikasi dengan diri sendiri, terutama dalam mempertimbangkan untung ruginya suatu keputusan yang akan diambil. Cara ini hanya bisa dilakukan dengan metode komunikasi intrapersonal atau komunikasi dengan diri sendiri.

- 2) **Komunikasi antar pribadi** (*Interpersonal Communication*). Komunikasi antarpribadi yang dimaksud disini ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R Wayne Pace (1979) bahwa "*interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting.*" Menurut sifatnya, komunikasi antar pribadi dibedakan atas dua macam, yakni komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*) dan Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*). Komunikasi Diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog, dan wawancara. Percakapan berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan

informal. Dialog berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam dan lebih personal, sedangkan wawancara sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainnya pada posisi menjawab. Komunikasi kelompok kecil ialah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya.

Komunikasi kelompok kecil oleh banyak kalangan dinilai sebagai tipe komunikasi antarpribadi karena; *Pertama*, anggota-anggotanya terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka, *Kedua*, pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong dimana semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama, dengan kata lain tidak ada pembicaraan tunggal yang mendominasi situasi, *Ketiga*, sumber dan penerima sulit diidentifikasi. Dalam situasi seperti ini, semua anggota bisa berperan sebagai sumber dan juga sebagai penerima. Misalnya si A bisa terpengaruh dari si B, dan si C bisa mempengaruhi si B. Proses komunikasi seperti ini biasanya banyak ditemukan dalam kelompok studi dan kelompok diskusi.

Menurut Everett M. Rogers, proses komunikasi yang menggunakan telepon kurang kena bila digolongkan bagai komunikasi massa atau komunikasi antarpribadi. “*... machine-assisted interpersonal communication is the*

telephone, it does not fit into either category of mass media or interpersonal channels because is neither face-to-face nor - to - many. Tetap menurut sarjana komunikasi Amerika lainnya Mc-Croskey memasukkan peralatan komunikasi yang menggunakan gelombang udara dan cahaya seperti halnya telepon dan telex sebagai saluran komunikasi antarpribadi. " *the channel is the means of Conveyance of the stimulate the source creates to the receiver. Channels include airwaves, light waves and the like.* "

Komunikasi Antar Pribadi⁷⁴ mempunyai tujuan sebagai berikut;

- 1) Mengenal diri sendiri dan orang lain. Komunikasi antar pribadi memberikan kesempatan pada kita untuk memperbincangkan tentang diri sendiri. Dengan berbincang dengan orang lain, kita menjadi mengenal dan memahami diri kita sendiri, dan memahami sikap dan perilaku kita. Dengan memperbincangkan tentang diri kita pada orang lain, kita akan mendapatkan perspektif diri kita sendiri dan memahami lebih dalam tentang sikap dan perilaku kita.
- 2) Mengetahui dunia luar. Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita memahami lingkungan kita dengan baik seperti obyek dan peristiwa-peristiwa.

⁷⁴ Riswandi, *Op.cit*, 2009, 87

Banyak informasi yang kita miliki berasal dari hasil interaksi dengan orang lain. Meskipun ada yang mengatakan bahwa, sebagaimana besar informasi dapat kita peroleh dari media massa, tetapi sesungguhnya informasi dari media massa tersebut dimantapkan dan diperdalam melalui interaksi antar pribadi. Bahan pembicaraan kita dengan teman, tetangga, teman sekantor, atau dengan keluarga kita sendiri seringkali diambil dari berita-berita media massa. Nilai, kepercayaan, harapan-harapan kita sebagai pribadi banyak dipengaruhi oleh komunikasi antarpribadi dibandingkan dengan yang diperoleh dari media massa.

- 3) Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi lebih bermakna. Sebagai makhluk sosial, manusia cenderung untuk mencari dan berhubungan dengan orang lain dimana ia mengadu, berkeluh kesah, menyampaikan isi hati dan sebagainya.
- 4) Mengubah sikap dan perilaku. Dalam komunikasi antar pribadi, kita sering berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain. Misalnya kita ingin orang lain: mencoba makanan tertentu, membaca buku tertentu, mendengarkan musik tertentu. Kita banyak mempergunakan waktu untuk mempersuasi orang lain melalui komunikasi antarpribadi.

- 5) Bermain dan mencari hiburan. Kita melakukan komunikasi antarpribadi dengan tujuan untuk menghilangkan kejenuhan, dan ketegangan
- 6) Membantu. Melalui komunikasi antarpribadi, orang membantu dan memberikan saran-saran pada orang lain.

Dari ketujuh komunikasi antar pribadi⁷⁵ tersebut, dapat dikelompokkan ke dalam 2 perspektif sebagai berikut;

- *Perspektif Pertama*, tujuan-tujuan itu dapat dilihat sebagai faktor-faktor motivasi atau alasan-alasan mengapa kita terlibat dalam komunikasi antarpribadi. Dengan demikian kita dapat mengatakan bahwa kita terlibat dalam komunikasi antarpribadi untuk memperoleh kesenangan, untuk membantu orang lain, dan untuk mengubah sikap dan perilaku orang lain
- *Perspektif Kedua*; tujuan-tujuan itu dapat dipandang sebagai hasil atau akibat umum dari komunikasi antarpribadi. Dengan demikian kita dapat mengatakan bahwa sebagai hasil dari komunikasi antarpribadi, kita dapat mengenal diri sendiri, membuat hubungan lebih bermakna, dan memperoleh pengetahuan tentang dunia luar.

Yoseph Devito mengemukakan ada dua perspektif untuk melihat efektifitas komunikasi antar pribadi sebagai berikut; (1) *Perspektif Humanistik*, yaitu

⁷⁵ Riswandi, *Op.cit*, 2009, 88

mencakup: a. keterbukaan, b. perilaku suportif, didorong oleh; deskriptif, spontanitas, profesionalisme, sedangkan untuk perilaku defensive meliputi; evaluasi, strategi, kepastian, c. perilaku positif, d. empati, dan e. kesamaan, (2) Perspektif Pragmatis, yang mencakup, a. bersikap yakin, b. kebersamaan, c. manajemen interaksi, d. perilaku ekspresif, dan e. orioentasi pada orang lain.

3. **Komunikasi Publik**⁷⁶ (*Public Communication*). Komunikasi public biasanya disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, public speaking dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Komunikasi public memiliki cirri komunikasi interpersonal (pribadi), karena berlangsung secara tatap muka, tetapi terdapat beberapa perbedaan yang cukup mendasar sehingga memiliki cirri masing-masing. Dalam komunikasi publik penyampaian pesan berlangsung secara kontinyu. Kemudian pesan yang disampaikan itu tidak berlangsung secara spontan, tetapi terencana dan dipersiapkan. Biasanya ditemui dalam aktifitas seperti kuliah umum, khotbah, rapat akbar, pengarahan, ceramah. Komunikasi public juga acapkali disebut sebagai bentuk komunikasi massa, tetapi sifatnya yang terbatas pada segmen khalayak tertentu. Oleh

⁷⁶ Hafied Cangara, *Op.cit*, hal 34

karena itu sering juga disebut komunikasi kelompok dilihat dari segi tempat dan situasi.

4. **Komunikasi Massa**⁷⁷

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya missal melalui alat-alat yang berifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. Komunikasi massa memiliki cirri-ciri tersendiri. Sifat pesannya terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan, maupun dari segi kebutuhan. Ciri lainnya ialah sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanik. Sumber juga merupakan suatu lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit. Pesan komunikasi massa bersifat satu arah dan tanggapan baliknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan teknologikomunikasi yang begitu cepat, khususnya media elektronik, seperti radio dan televise maka umpan balik darimkhalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar. Selain itu, sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak, dan luas. Ia mampu mengatasi

⁷⁷ Hafied Cangara, *Op.cit*, hal 35

jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi biaya, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relative banyak untuk mengelolanya.

David K. Berlo dari Michigan State University menyebutkan secara ringkas bahwa komunikasi 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.⁷⁸

⁷⁸Susan 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.

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

Donnald Ellis memberikan satu tatanan preposisi yang mewakili sudut pandang pada gagasan McLuhan dan Innis bahwa media yang terbesar pada suatu waktu akan membentuk perilaku dan pemikiran. Ketika media berubah, demikian juga dengan cara pikir kita, cara kita mengatur informasi, dan berhubungan dengan orang lain. Ada perbedaan yang tajam antara media lisan, tulisan, dan elektronik, masing-masing dengan pengaruh yang berbeda dalam bagaimana kita berinteraksi dengan setiap media.

Levy dalam buku *Cyberculture*⁷⁹ memandang bahwa World Wide Web sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang

⁷⁹ Pierre Levy, 1997, *Cyberculture*, Paris: Editions Odile Jacob

baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Menurut Michael W. Gamble dan Teri Kwai Gamble (1986)⁸⁰, komunikasi massa didefinisikan sebagai berikut:

- 1) Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak dan luas dan tersebar.
- 2) Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang saling tidak kenal atau mengetahui satu sama lain. Antara pengirim dan penerima tidak saling mengena
- 3) Pesan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Karena itu diartikan milik publik.
- 4) Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan. Dengan kata lain seorang komunikator tidak berasal dari seseorang, tetapi lembaga.
- 5) Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (penapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebarkan

⁸⁰ Dr Dedy Nur Hidayat, M.Si., *Pengantar Komunikasi Massa*, PT Rajagrafindo Persada, 2009, Hal 8

atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa.

- 6) Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung.

6. Tradisi Komunikasi

Menurut Robert Craig (1999)⁸¹ membangun suatu model yang membantu kita dalam menjelajahi berbagai bidang dalam ilmu komunikasi yang tujuannya adalah untuk menjelaskan mengenai bagaimana manusia melakukan proses komunikasi. Craig mengatakan bahwa ilmu komunikasi memiliki ciri atau sifat yang selalu diwarnai dengan berbagai teori dan cara pandang (perspektif). Robert Craig membagi dunia teori ilmu komunikasi ke dalam tujuh kelompok pemikiran, yaitu; semiotika (*semiotic*), fenomenologi (*phenomenology*), sibernetika (*cybernetic*), sosiopsikologi (*sociopsychological*), sosiokultural (*sociocultural*), kritis (*critical*), dan retorika (*rhetorical*).

Semiotika. Semiotika adalah studi mengenai tanda (*sign*) dan simbol yang merupakan tradisi penting dalam

⁸¹ Morissan, MA., *Teori Komunikasi Organisasi*, Ghalia Indonesia, 2009, hal 3

pemikiran tradisi komunikasi. Secara etimologis⁸², istilah semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda ini sendiri didefinisikan sebagai suatu – yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya – dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai sesuatu hal yang merujuk pada adanya hal lain. Contohnya asap menandai adanya api, sirine mobil yang keras meraung-raung menandai adanya kebakaran di sudut kota.

Tradisi semiotika mencakup teori utama mengenai bagaimana tanda mewakili objek, ide, situasi, keadaan, perasaan, dan sebagainya yang berada diluar diri. Konsep dasar yang menyatukan tradisi semiotika ini adalah “tanda” yang diartikan sebagai *a stimulus designating something other than itself* (suatu stimulus yang mengacu pada sesuatu pada sesuatu yang bukan dirinya sendiri. Pesan memiliki tiga unsur, yaitu 1) tanda dan simbol, 2) bahasa, dan 3) wacana (*discourse*). Menurutnya, tanda merupakan dasar bagi semua komunikasi. Tanda menunjuk atau mengacu pada sesuatu yang bukan dirinya sendiri, sedangkan makna atau arti adalah hubungan antara objek atau ide dengan tanda. Teori modern dikemukakan Charles Saunders Peirce⁸³. Ia mendefinisikan semiotika sebagai suatu hubungan antara

⁸² Indiwana Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi, Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, Mitra Wacana Media, 2013, hal 7

⁸³ *Ibid*, hal 4

tanda (simbol), objek, dan makna. Tanda mewakili objek (*referent*) yang ada di dalam pikiran orang yang menginterpretasikannya (*interpreter*). Peirce menyatakan bahwa representasi dari suatu objek disebut interpretant. Misalnya, ketika kita mendengar kata "anjing", maka pikiran kita akan mengasosiasikan kata itu dengan hewan tertentu. Kata "anjing" itu sendiri bukanlah binatang, namun asosiasi yang kita buatlah (*interpretant*) yang menghubungkan keduanya. Ketiga elemen tersebut, yaitu seperti berikut.

- Tanda, yaitu kata "anjing" yang terdiri atas sejumlah huruf, atau singkatnya kata "anjing" adalah wakil dari tanda
- Objek atau referen (*referent*), yaitu objek yang tergambarkan oleh kata "anjing" yang terbentuk dalam pikiran kita yaitu hewan berkaki empat
- Makna (*reference*), yaitu hasil gabungan tanda dan referen yang terbentuk dalam pikiran. Makna anjing bagi mereka yang menyukai anjing adalah hewan yang lucu dan menyenangkan. Bandingkan dengan makna anjing bagi orang yang trauma karena pernah digigit anjing.

7. Metafora Model dalam Komunikasi⁸⁴

Komunikasi diantara kita sering mengalami kegagalan. Salah satu sebab utama adalah karena kita tidak berhasil mengatur lintasan pesan, rupanya orang berpikir bahwa pesan yang ada dalam memori kita akan kembali lagi, padahal pesan tersebut telah “menghilang” dalam suatu proses komunikasi. Kita akan memakai metafora yang dapat menjawab beberapa pertanyaan tentang bagaimana seharusnya komunikasi itu terjadi;

- (1) Semua metafora membawa kita untuk mengekplanasi struktur domain pengalaman yang familiar (misalnya antarpersonal), ke dalam domain lain yang membutuhkan restrukturisasi berpikir.
- (2) Metafora membutuhkan pengamatan atas beberapa kesamaan atau kemiripan struktur antara dua domain dari kenyataan kehidupan manusia. Ilmu kimia peduli pada bagaimana beberapa substansi berinteraksi lalu mempengaruhi suatu komposisi, sedangkan domain komunikasi manusia diartikan oleh interaksi antara manusia untuk membuat sesuatu dengan/kepada sesama lain. Black (1962) bilang interaksi sosial manusia itu muncul karena ada kreatifitas yang terseleksi ke dalam pola-pola yang hamper mirip yang membuat dua orang dapat bersatu.

⁸⁴ Alo Liliweri, *Op.cit*, 2011, 96

- (3) Metafora mempunyai *entailment* (Lakoff and Johnson, 1980) untuk mencapai target domain tertentu, oleh karena itu harus ada pengorganisasian dari struktur-struktur yang mirip. Untuk menciptakan human relationship, maka istilah-istilah kimia tidak dapat digunakan untuk menjelaskan masalah interaksi antarmanusia seperti ini
- (4) Metafora mengorganisasikan persepsi para penggunanya sehingga mereka dapat menciptakan pengalaman terhadap realitas. *There is no chemistry*, tetapi yang kita bahas adalah interaksi manusia.

Ada beberapa metafora komunikasi⁸⁵ yaitu ;

1. **Metafora Kontainer** (*the container metaphor*). Bahasa itu ibarat container yang berisi sebagian besar objek pengalaman manusia. Jadi metafora container adalah, *Pertama*, kita dapat menilai komunikasi manusia berdasarkan "isi container" bukan container itu sendiri. Contoh, pesan telepon terletak apda analisis isi bukan pada kehadiran televise ini, orang berpidato bukan pada orang yang berpidato tetapi pada makna pesan dari pidato. Dengan bahasa lain proposisi McLuhan tentang *the medium is the message* harus dipahami dalam ungkapan yang lebih bermakna atau lebih penting, yaitu "message in medium". Pernyataan ini dibenarkan pula oleh Bateson (1972) dan Watzlawick (1967) bahwa

⁸⁵ Alo Liliweri, *Op.cit*, 2011, 97

pemisahan antara isi dan relasi dari pelbagai aspek komunikasi manusia dapat dipahami melalui metafora container tersebut. **Kedua**, Metafora container itu sangat objektif, artinya apa yang kita tulismaka tulisan itu yang dinilai, sama seperti impuls elektronik yang direspon oleh penguat suara, jadi yang penting adalah *the sound of voice*. **Ketiga**, konsep komunikasi sebagai transportasi, jadi melalui alat transportasi, itu barang atau orang dipindahkan dari satu titik ke titik lain. Yang penting bukan sepeda motor, mobil atau kapal yang mengangkut barang tetap; I “barang” apa yang diangkut itu, apakah pikiran, perasaan, pengalaman, motivasi, sikap manusia yang dirumuskan dalam pesan yang bermakna tertentu. **Keempat**, Berdasarkan keutamaan untuk memandang “pesan” yang dipindahkan itu bermakna, maka hal ini harus dilihat sebagai konsekuensi logis. Jika kita tidak mempunyai standar untuk menjadi komunikasi menjadi *good communications*. **Kelima**, setiap hari komunikasim manusia dikomplain melalui ungkapan *you just don't understand*, atau pada lain kesempatan disebut *not as I do*. Ini sekaligus berarti dibutuhkan semacam eksplorasi terhadap komunikasi yang dapat membuat pesan menjadi *understand* dan itu ditunjukkan melalui *as I do*. Jadi *good communication* terletak pada kebersamaan makna pesan antara pengirim dan penerima, hanya dengan ini, maka mereka yang berkomunikasi dapat membagi pengalaman

yang sama. Keenam, oleh karena itu untuk memahami filosofi dari etimologi kata communication yang berasal dari akar kata *common* (kebersamaan), *commune* untuk kebersamaan atau demi kepentingan umum, *community* kesatuan yang sama, dan acap kali *communism* demi keuntungan bersama.

2. **Metafora Kabel Listrik** (*The Condukt Metaphor*). Pada tahun 1876 Alexander Bell menemukan telepon, namun tidak sampai 50 tahun kemudian kerja telepon harus dihubungkan dengan peranan listrik, maka lahirlah telegraf. Kita mulai berpikir bagaimana "merakit" beberapa teknologi yang ada di masa lalu untuk membangun teknologi baru yang lebih baik di masa depan. Bagaimana pun juga, penemuan demi penemuan material teknologi komunikasi harus dilihat sebagai kesadaran bahwa komunikasi harus makin baik, misalnya kesadaran tentang keterbatasan kertas untuk memindahkan semua pesan melalui media cetak, keterbatasan kabel telepon untuk memindahkan semua sinyal pesan. Jika tidak ada kesadaran hambatan komunikasi, maka tidak ada motivasi untuk menemukan material teknologi baru.

3. **Metafora Kontrol** (*The Control Metaphor*). Metafora ini menggambarkan bahwa komunikasi manusia bukan terjadi hanya karena ada pesan yang dipertukarkan antara dua pihak, tetapi terletak pada argumentasi mengapa

komunikasi itu harus dilakukan. Kita tidak sekedar menyiapkan saluran container (bahasa) untuk mengemas pesan, kita juga tidak sekedar memilih kapasitas kabel tertentu sehingga mampu memindahkan "energy" listrik dari sumber kepada penerima. Melakukan "control" terhadap semua subordinasi dari komunikasi. Metafora control sangat membantu kita untuk memberikan batasan yang tepat mengenai komunikasi yang sukses. Contoh, kita dapat mengontrol jenis dan kemasan dari sebuah buku, mengontrol jumlah lembar buku yang dicetak, juga menentukan kelompok sasaran pembaca.

4. **Metafora Transmisi** (*The Transmission Metaph*).
Metafora transmisi berasal dari kriptografi (cryptography) atau ilmu tentang pembacaan sandi. Setiap masyarakat kuno menjadikan kriptografi sebagai "hak cipta" dan malah sebagai identitas komunitas mereka. Ada Shannon dan Weaver (1949) dapat disebut sebagai orang pertama yang menjadikan kriptografi sebagai alasan paling mendasar untuk menganalisis proses reproduksi suatu pesan yang bersumber dari satu titik kemudian harus dipindahkan ke titik yang lain. Metafora transmisi mengandalkan dua jenis kognitif, yang pertama, pengaturan terhadap tata cara pembagian atau pertukaran kode-kode yang sama atau mirip sehingga mudah diinterpretasi, dan kedua, kesadaran komunikasi bahwa ada hubungan antara perantara

pengirim ketika dia melakukan *encode* pesan dan peranan penerima ketika dia melakukan *decode* pesan.

5. **Metafora perang** (*The War Metaphor*). Perhatikan bagaimana tradisi orang Inggris ketika mereka melakukan debat public. Mereka mengubah komunikasi sebagai sebuah perang. Lakoff dan Johnson (1980), memperlihatkan ungkapan dibawah ini agar kita dapat melakukan semacam refleksi terhadap variasi ekspresi bahasa yang digunakan sehari-hari.

“Dia bilang kalau klaim saya tidak dapat dipertahankan, dia menangkis setiap poin kelemahan dari argument saya, targetnya adalah mengkritik semua kebenaran saya, agaknya saya kewalahan menghadapi argumennya, saya tidak pernah menang jika berargument dengannya. Dia balik bertanya kepada saya, Anda tidak setuju? Saya tembak Anda! Dia bilang lagi, kalau anda pakai itu sebagai strategi maka saya akan menyapu bersih Anda. Dia menembak semua argument saya!” Inilah metafora perang, “Saya atau Anda: daripadanya mati lebih dahulu lebih baik sata tembak dia terlebih dahulu!

Ini menggambarkan bahwa metafora *argument is war* harus dijadikan sebagai sebuah “kebiasaan” dalam berdebat.

6. **Metafora Tarian Ritual** (*The Dance – Ritual Metafora*). Carey (1988) memperkenalkan “metafora ritual”, yang menjelaskan komunikasi manusia. Bagi Carey, sama dengan McLuhan (McLuhan & Fiore, 1967), media massa sangat sering menunjukkan rutinitas ketika menggambarkan komitmen terhadap pembaca, pendengar

atau penontonnya. Carey bilang, "Mari, saya ajak anda untuk memandang komunikasi gerak". Ketika anda bertemu dengans seseorang pasti dia akan bertanya "*how are you*" atau bilang "*goodbye*". Pokoknya komunikasi antarpersonal mengandalkan saling bercakap-cakap, perhatikan tekanan pada perasaan dan irama tertentu. Contoh bagus dari metafora ini adalah aksi *conservation* (percakapan). Kata "*conservation*" secara etimologi berasal dari kata kerja bahasa latin "*conversari*" berarti *to live, to keep company, to become occupied or engaged, to move around*. Yang artinya, untuk kebersamaan hidup, untuk memelihara kebersamaan dan kesatuan, menjadi lebih peduli dan memperhatikan, berpindah keliling-keliling; orang Inggris dan Perancis mengartikannya sebagai "*to speak*".

8. Kelebihan dan Keterbatasan Model

a. **Kelebihan.** Model proses komunikasi yang paling populer (karena itu, paling lama dikenal di kalangan ilmuwan komunikasi) adalah Model Komunikasi Linier dari Shannon dan Weaver. Sejak model ini diperkenalkan, maka kebanyakan orang dibuat makin mudah melihat satu dimensi alamiah dari komunikasi. Model linier umumnya tidak menunjukkan umpan balik karena proses komunikasi hanya satu arah. Model satu arah ini memang sejak awal "ditolak" para ahli

komunikasi tidak tidak akurat dalam menggambarkan komunikasi manusia, muncul tawaran baru yang dianggap lebih baik yakni Model Transaksional. Model transaksional, yang kini banyak digunakan oleh para ahli komunikasi, merupakan kebalikan dari model linier. Model transaksional menggambarkan proses komunikasi yang lebih akurat karena menghadirkan peran bersama antara pengirim dan penerima pesan. Jika dua orang berada dalam satu ruang yang sama, maka mereka dapat berkomunikasi tatap muka, mereka mengirim dan menerima pesan secara simultan, mereka dapat mengatasi gangguan komunikasi, kecuali "gangguan" yang berasal dari perbedaan budaya. Kelebihan model komunikasi itu, yaitu;

- 1) Model dapat menjelaskan "keaslian" dari "sesuatu" yang dimodelkan. Model memungkinkan kita menjawab pertanyaan tentang tampilan perspektif umum dan khusus dari "sesuatu" yang selalu dipertanyakan. Model membantu kita untuk melakukan pengamatan terhadap objek yang diwakili. Kadang-kadang kita menghadapi "sesuatu" yang kompleks dan abstrak sehingga kita membutuhkan model yang sederhana, namun mendekati "sesuatu yang asli".
- 2) Model Dapat mengurai struktur dari "sesuatu" yang dimodelkan. Model memungkinkan kita untuk

mengurai "struktur sesuatu" yang kompleks menjadi lebih sederhana. Kata Chapanis (1961), model memerintah "anda buat seperti ini". Ini berarti model itu tidak saja sederhana tetapi juga sedapat mungkin familier. Model harus memberikan gambaran yang koherensi tentang "sesuatu" yang dimodelkan karena dari model tersebut kita dapat menemukan "sesuatu" yang baru, "sesuatu" yang penting.

- 3) Model mempunyai nilai *heuristic*. Pada level tertentu, model mempunyai nilai heuristik, karena model menampilkan cara baru untuk merumuskan hipotesis yang akan diuji. Model membantu kita untuk keluar dari arus utama suatu mazhab tertentu dari ilmu komunikasi agar kita dapat menghadirkan model alternatif lain. Ideal model yang baik adalah model yang dapat menawarkan pengertian baru dan mendalam daripada hanya menggambarkan suatu pengalaman keseharian semata-mata.

Keterbatasan Model

1. Model terlalu menyederhanakan Konsep. Tak seorang pun menyangkal bahwa sebagian besar perancang model komunikasi mengurangi atau memperbaiki model-model sebelumnya. Bahkan kadangkala model-model hasil revisi itu memperagakan kembali konsep komunikasi yang lebih dangkal. Beberapa pakar seperti ini Duhem

- (1954), percaya bahwa sebenarnya tidak ada kesamaan nilai dari model-model yang diajukan, artinya penetapan model selalu menanggung risiko karena terlalu menyederhanakan konsep komunikasi
2. Mengabaikan Model Perbandingan Lain. Kaplan (1964) mencatat; "Sains selalu sederhana, karena sains bertujuan – tidak saja mereproduksi semua kompleksitas kehidupan manusia ke dunia yang nyata dengan hanya memformulasikan esensi-esensi utama komunikasi untuk dipahami – untuk membimbing kita melakukan prediksi dan kontrol. Disatu pihak, dengan kata lain, apa sebenarnya yang akan diperoleh dari penyederhanaan konsep yang ditampilkan oleh suatu model? Dan di pihak lain kita harus mengakui sejauh ini setiap model dianggap dapat memecahkan masalah krusial yang berhubungan dengan variabel dan hubungan antara variabel komunikasi yang sebelumnya dianggap terlalu abstrak.
 3. Model dapat membingungkan. Kerap kali model membingungkan karena model yang ditampilkan sama sekali kurang bahkan tidak mendeskripsi "sesuatu" yang dimodelkan itu. Inilah salah satu kritik terhadap model yang disampaikan oleh Mortensen. Menurut Mortensen, jika model makin jauh dari kenyataan, maka kita akan makin bingung. Misalnya, ketika kita akan mengeksplorasi area masalah media dalam proses

komunikasi namun model malah menerangkan fungsi dan proses komunikasi tanpa merinci hal-hal spesifik tentang media. Tidak mengherankan jika kadang-kadang model yang ditampilkan bersifat ambigu, model seolah-olah menampilkan peta (*map*) yang tidak pasti sehingga kita tidak tahu harus mengendarai mobil ke arah tertentu. Bagaimanapun model tetap model bukan sesuatu yang asli dari "sesuatu" yang dimodelkan itu, kata ahli komunikasi mengatakan – *the map is map, not the territory*.

4. Menampilkan kesamaan yang prematur. Para perancang model dapat berkelit dari resiko penyederhanaan terhadap peta (*map*) yang dibaca, namun patutlah diingat bahwa tampilan penyederhanaan terhadap tampilan model semacam ini tetap mengandung risiko karena terlalu prematur karena model yang ditampilkan tidak akurasi dengan kenyataan dari objek yang dimodelkan itu. Menurut Kaplan (1964), model membatasi kesadaran dan keinginan serta minat untuk menyelidiki objek. Jika kita terus bertaut dengan model yang ditawarkan, maka ada kemungkinan kita meneliti secara serampangan dan sibuk dengan kerja ilmiah yang sama sekali kurang bermanfaat.

9. Tujuan, Peranan dan Fungsi Komunikasi

Adapun tujuan dari komunikasi itu sendiri menurut buku Onong Uchjana Effendy yang berjudul "*Ilmu, Teori*

dan Filsafat Komunikasi”, yaitu : a. Mengubah sikap (*to change the attitude*) b. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*) c. Mengubah perilaku (*to change the behavior*) d. Mengubah masyarakat (*to change the society*)⁸⁶

Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orang yang menerima pernyataan atau pesan disebut komunikan (*communicate*). Untuk lebih jelasnya, maka komunikasi itu sendiri adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek. *Pertama*, isi pesan (*the content of the message*), *kedua*, lambang (*symbol*).

Tujuan komunikasi berdasarkan “konteks komunikasi”. Artinya mungkin sekalipun tujuan komunikasi ini umumnya sama, namun berbeda-beda diantara konteks. Sebagai contoh, tujuan utama komunikasi antarpersonal yang saya lakukan yaitu, dengan berkomunikasi, saya mau menyatakan diri, saya mau memperkenalkan atau mengidentifikasikan diri saya kepada seseorang sehingga komunikasi yang kami akan lakukan tidak dimulai dengan prasangka.

Ada pula yang merumuskan tujuan komunikasi yaitu *make them Smart*, artinya komunikasi dapat memenuhi:

1. *Spesific*. Membuat sasaran merasa diperhatikan secara khusus, artinya merasa mendengarkan informasi dari

⁸⁶Onong Uchjana Effendy, Ibid. Hal 55

sumber khusus, pesan khusus, media khusus, dengan efek khusus dalam konteks khusus pula.

2. *Measurable*. Bahwa tujuan komunikasi akan dapat dicapai jika sumber komunikasi merumuskan ukuran-ukuran bagi semua elemen dalam proses komunikasi. Misalnya ada indikator untuk menentukan kelayakan sumber bagi tercapainya tujuan komunikasi, indikator atau alat ukur bagi pesan, media, sasaran, efek, dan indikator bagi konteks
3. *Attainable*. Bahkan tujuan komunikasi adalah penetapan terhadap apa yang sebenarnya dicapai dalam suatu aktifitas komunikasi, tentukan tingkat ketercapaian tujuan komunikasi itu (dalam prosentase perubahan sikap)
4. *Result-oriented*. Berorientasi pada hasil bahwa tujuan komunikasi harus berorientasi pada hasil yang telah direncanakan (*planned communication, intentionally communication*)
5. *Time-Limited*. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang memiliki batasan waktu sebagai faktor untuk menentukan tercapainya tujuan komunikasi

Komunikasi mempunyai fungsi, yaitu fungsi sosial, fungsi ekspresi, fungsi ritual dan fungsi komunikasi instrumental.⁸⁷

Pertama, Fungsi komunikasi Sosial, menunjukkan bahwa komunikasi penting untuk, membangun konsep diri,

⁸⁷ Riswandi, Op.cit, 2009, hal. 13

eksistensi dan aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan mencapai kebahagiaan.

1) **Konsepsi Diri**, ialah pandangan kita tentang siapa diri kita yang diperoleh dari informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Manusia yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia. Konsep diri menurut Charles H. Cooley sebagai *the looking glass-self* yang secara signifikan ditentukan oleh apa yang seseorang pikirkan mengenai pikiran orang lain terhadapnya. Jadi menekankan respon orang lain yang diinterpretasikan secara subjektif sebagai sumber primer data mengenai diri sendiri.⁸⁸

2) **Pernyataan Eksistensi Diri**. Orang berkomunikasi menunjukkan bahwa dirinya eksis. Ketika kita berbicara atau berkomunikasi dengan orang lain, baik verbal maupun non-verbal, ini menunjukkan bahwa diri kita eksis atau tidak ada. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas ketika orang mendominasi pembicaraan dalam dialog, seminar atau rapat.⁸⁹

3) **Untuk Kelangsungan Hidup, memupuk hubungan dan mencapai kebahagiaan**. Manusia perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya seperti makan, minum, dan mencapai

⁸⁸ Ibid, hal. 15

⁸⁹ Ibid, hal 16

kebahagiaan. Menurut para psikolog, kebutuhan utama kita sebagai manusia yang sehat secara rohani adalah kebutuhan akan hubungan yang ramah, dan ini hanya bias dicapai dengan membina hubungan sosial yang baik dengan orang lain. Abraham Maslow mengemukakan lima kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan psikologis, keamanan, kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan kebutuhan aktualisasi diri.⁹⁰

Kedua, Fungsi Komunikasi Ekspresif.

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan kita. Komunikasi ekspresif dapat pula dikomunikasikan melalui karya seni seperti puisi, novel, lukisan, tarian, musik dan seni patung. Pun musik dapat mengekspresikan perasaan, kesadaran, bahkan pandangan hidup atau ideologi manusia.⁹¹

Ketiga, Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara

⁹⁰ Ibid, hal. 16

⁹¹ Ibid, hal. 18

tujuh bulanan, kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, pernikahan, naik haji ke Makkah, dan termasuk juga ziarah. Dalam upacara-upacara tersebut orang-orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Ritus-ritus lainnya adalah sholat, upacara bendera, wisuda, Natal, dan Lebaran. Mereka berkomunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideologi atau komitmen komitmen pada agama mereka. Komunikasi ritual seringkali juga bersifat ekspresif, artinya perasaan terdalam seseorang, misalnya seorang anggota Paskibraka berlinang air mata ketika mencium bendera pusaka merah putih.⁹²

Keempat, Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu, menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, keyakinan, mengubah perilaku, menggerakkan tindakan dan menghibur. Jika diringkas maka ke semua tujuan komunikasi tersebut dalam dikelompokkan membujuk atau bersifat persuasif. Komunikasi yang bersifat memberitahukan atau menerangkan.⁹³

Ilmuwan Amerika, Clifford Geertz, merumuskan kebudayaan sebagai pola nilai dalam bentuk simbol-simbol yang diwariskan secara historis, suatu acuan wawasan yang

⁹² Ibid, hal. 19

⁹³ Ibid, hal. 21

dinyatakan dalam bentuk lambang lewat mana masyarakat berkomunikasi, meneruskan, dan mengembangkan pengetahuan mereka tentang kehidupan dan sikap mereka atas kehidupan. Sebagai contoh Gambar variasi simbol-simbol agama merupakan contoh bagaimana manusia menjadikan simbol sebagai “tanda pengingat” dalam human memorynya, sehingga manusia dapat menciptakan dan menemukan ide-ide baru yang lebih mudah disebarluaskan, bahkan merangsang timbulnya gagasan-gagasan baru yang lebih baik.⁹⁴

Menurut Edi Santoso dan Mite Setiansah⁹⁵ sebagai aktifitas simbolik, komunikasi dapat diidentifikasi melalui penggunaan simbol-simbol dalam pesan-pesan yang digunakan. Simbol bisa diartikan sebagai representasi konseptual yang arbiter. Hal ini terjadi terutama dalam komunikasi yang menggunakan pesan-pesan verbal, misalnya dalam penggunaan bahasa. Manusia selalu memiliki kesepakatan dalam penggunaan kosakata tertentu, yang biasanya bersifat lokal dan unik. Kemampuan menggunakan simbol merupakan ciri eksklusif manusia, karenanya manusia sering juga disebut sebagai “*animal simbolikum*”, makhluk yang selalu menggunakan simbol.

⁹⁴ Prof. Dr. Alo Liliweri, MS, *Op.cit.* Hal 3

⁹⁵ Edi Santoso, Mite Setiansah, *Graha Ilmu*, 2009, hal 7

10. Pesan Komunikasi

Pembicaraan soal komunikasi tidak lepas dari unsur-unsurnya yaitu soal pesan. Pesan (*message*) tidak bisa lepas dari apa yang disebut simbol dan kode, karena pesan yang dikirim komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode. Manusia mampu menciptakan simbol-simbol dan memberi arti pada gejala-gejala alam yang ada di sekitarnya. Pemberian arti simbol pada simbol adalah suatu proses komunikasi yang dipengaruhi oleh kondisi sosial budaya yang berkembang pada suatu masyarakat. Karena itu dapat disimpulkan bahwa;

- Semua kode memiliki unsur nyata
- Semua kode memiliki arti
- Semua kode tergantung pada persetujuan para pemakainya
- Semua kode memiliki fungsi
- Semua kode dapat dipindahkan, apakah melalui media atau saluran-saluran komunikasi lainnya

Kode pada dasarnya dapat dibedakan atas dua macam, yakni kode verbal (bahasa) dan kode non-verbal (isyarat)

1. Kode Verbal. Kode verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti. Bahasa memiliki banyak fungsi yang erat

hubungannya dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Ketiga fungsi itu, ialah:

- a. Untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita
- b. Untuk membina hubungan yang baik diantara sesama manusia
- c. Untuk menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia

Menurut para ahli, ada tiga teori yang membicarakan sehingga orang bisa memiliki kemampuan berbahasa, yaitu;

- 1) *Teori Operant Conditioning* yang dikembangkan oleh ahli psikologi behavioristik yang bernama BF. Skinner (1957). Teori ini menekankan unsur rangsangan (stimulus) dan tanggapan (response) atau yang lebih dikenal dengan istilah S-R. Teori Operant Conditioning menyatakan bahwa, jika suatu organism dirangsang oleh stimuli dari luar maka orang cenderung akan member reaksi.
- 2) Teori Kognitif (*Cognitive theory*) yang dikembangkan oleh para ahli psikologi kognitif Noam Chomsky. Teori ini menekankan kompetensi bahasa pada manusia lebih dari apa yang dia tampilkan. Karena itu Chomsky menyatakan bahwa kemampuan berbahasa yang ada pada manusia adalah pembawaan biologis yang dibawa dari lahir. Pendapat ini didukung oleh Eric Lenneberg (1964)

bahwa seorang anak manusia bagaimana pun ia diisolasi, ia tetap memiliki potensi untuk bisa berbahasa.

3) *Teori Mediating Theory* atau teori penengah. Teori ini dikembangkan oleh ahli psikologi behavioristik Charles Osgood. Teori Mediating menekankan bahwa manusia dalam mengembangkan kemampuannya berbahasa, tidak saja bereaksi terhadap rangsangan (stimuli) yang diterima dari luar, tetapi juga dipengaruhi oleh proses internal yang terjadi dalam dirinya. Osgood memberi contoh pada bayi yang lapar dan kakinya sebagai isyarat yang ditunjukkan kepada ibunya.

2. Kode Non - Verbal

Manusia dalam berkomunikasi selain memakai kode verbal (bahasa) juga memakai kode non-verbal. Kode non-verbal biasa disebut bahasa isyarat atau bahasa diam (*silent language*). Studi Albert Mehrabian (1971) menyimpulkan bahwa tingkat kepercayaan dari pembicaraan orang hanya 7 % berasal dari bahasa verbal, 38 % dari vocal suara dan 55 % dari ekspresi muka.

Mark Knapp (1978) menyebut bahwa penggunaan kode non-verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

a. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repetition*)

- b. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
- c. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
- d. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempurna

Analisis isi berkaitan erat dengan efektivitas komunikasi. Para ilmuwan komunikasi kurang memperhatikan faktor-faktor yang dapat menyebabkan efektif tidaknya komunikasi yang dijalankan, padahal ini penting bagi kajian komunikasi yang mendalam. Seperti halnya bahwa setiap komunikasi bertujuan untuk menghasilkan efektivitas, yaitu diterimanya pesan-pesan komunikasi oleh komunikan dengan pemahaman yang lebih kurang sama dengan komunikator. Sebagaimana dikemukakan oleh Dedy Mulyana, komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.⁹⁶

Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa. Adapun pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari bahasa Latin "*Communicatio*". Istilah ini bersumber dari kata "*Communis*" yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Jadi, komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna

⁹⁶ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: Rosda, 2004), Hal. 42.

mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Jika tidak ada kesamaan makna antara kedua aktor komunikasi (*Communicatin Actors*) yakni komunikator dan komunikan. Dengan kata lain apabila seorang komunikan tidak mampu mengerti dan memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator, maka komunikasi tidak akan terjadi. Serhamm menyatakan bahwa *field of experience* atau bidang pengalaman merupakan faktor yang amat penting untuk terjadinya komunikasi. Apabila bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, maka komunikasi akan berlangsung lancar dan sebaliknya, jika pengalaman komunikator tidak sama dengan pengalaman komunikan, maka akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain, dengan kata lain situasi yang terjadi tidak komunikatif atau *missecommunication*.

11. Metakomunikasi Pesan

1. Pengertian Metakomunikasi

Kata "meta" berasal dari bahasa Yunani yang artinya "setelah", "luar", "dengan", "berdekatan", "disamping", "diantara", "diri (*self*), yang belakangan menjadi awalan dalam bahasa Inggris untuk menunjukkan suatu konsep (sebagai gambaran abstrak dari suatu gejala tertentu) yang dihubungkan dengan atau ditambahkan pada konsep lain sehingga dapat menjelaskan sesuatu secara akurat.

Menurut Prof. Dr. Alo Liliweri, M.S. pengertian Metakomunikasi adalah sebagai berikut;⁹⁷

- 1) Metakomunikasi adalah komunikasi tentang proses komunikasi
- 2) Komunikasi tentang komunikasi, kadang-kadang berarti sistem komunikasi digital atau analog (seperti: gerakan tangan, ikon yang menjelaskan sesuatu yang lain), atau bahasa alami, atau merujuk kepada bahasa kepada diri sendiri, berkomunikasi (mengatakan) dengan suatu unsur komunikasi (pesan), misalnya "kalimat ini tidak benar".
- 3) Komunikasi tentang komunikasi (yaitu, mempersiapkan tanda atau simbol), bertukar bahasa isyarat dengan maksud dan tujuan tertentu, memperkuat dan mendukung pesan verbal dalam konteks interaksi
- 4) Kemampuan untuk merujukkan sesuatu, merefleksikan sesuatu secara sadar terhadap feature-feature nonlinguistik atau paralinguistik, mengkomunikasikan sesuatu dengan bahasa
- 5) Berkomunikasi tentang komunikasi, metakomunikasi merupakan konsep komunikasi yang valid meskipun oleh para ahli bahasa modern dianggap menyimpang. Metakomunikasi merupakan alat yang sangat diperlukan untuk mengembangkan hubungan antarpersonal pada

⁹⁷ Ibid

tingkatan yang berbeda sehingga ada pihak yang mungkin tidak menyadari pengiriman pesan

- 6) Metakomunikasi menjelaskan kegiatan berbagai informasi, kegiatan untuk mengambil dan memberikan, ini merupakan salah satu sifat komunikasi
- 7) Metakomunikasi dapat diartikan sebagai tingkat komunikasi dimana ada wacana yang dijadikan sebagai subjek yang menghubungkan pengirim dan penerima
- 8) Metakomunikasi adalah komunikasi yang merujuk kepada komunikasi lain. Dengan kata lain, metakomunikasi berbicara tentang komunikasi (contoh, jika sepasang suami isteri duduk dan berbicara tentang beberapa hal-mereka saling berargumen-dengan lain kata keduanya sedang bermetakomunikasi karena mereka berbicara tentang argumen (subjek pesan) tertentu. Metakomunikasi dapat berbentuk verbal dan nonverbal, jika seorang suami yakin bahwa isterinya tidak mendengarkan dia, maka ini sebagai tanda bahwa isterinya tidak pernah berkontak mata (*nonverbal*) dengan dia.
- 9) Metakomunikasi merupakan pesan yang memberikan petunjuk tentang arti suatu pesanan; "pesan yang menunjukkan bahwa ada sesuatu tentang hubungan dia dengan komunikator."
- 10) Metakomunikasi adalah pesan yang;
 - a. Tidak dapat dihindari

- b. Memiliki makna yang berbeda
 - c. Dapat disengaja atau tidak disengaja
 - d. Lebih mungkin atau lebih banyak diperhatikan karena pesan itu bersuara
 - e. Berguna sebagai petunjuk (maksud, motivasi, latar belakang)
 - f. Dipengaruhi oleh keadaan
 - g. Bertentangan
 - h. Bisa baik atau buruk
- 11) Metakomunikasi adalah konteks dimana orang mengatakan sesuatu, misalnya menyesuaikan nada dan volume suara, pandangan mata, dan bahasa tubuh lain.
- 12) Metakomunikasi merupakan metode yang dapat membantu kita untuk memastikan bahwa pesan-pesan harus bersifat konsisten sehingga kita lebih memahami pesan yang dikirim oleh orang lain.

Dari berbagai definisi di atas menunjukkan bahwa semua definisi metakomunikasi selalu mengandung makna "kemampuan seseorang," "secara sadar," merefleksikan diri:"

1. Untuk berkomunikasi yang merujuk pada *feature nonlinguistik paralinguistic*; dengan lain kata menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi (berkomunikasi dengan bahasa)

2. Untuk bertindak yang merujuk pada mental internal dan proses kognitif yang selanjutnya dapat digunakan dalam proses belajar
3. Pada kemampuan ber-*metalinguistic* yang merujuk pada sifat-sifat bahasa
4. Pada kemampuan ber-*metapragmatic* yang merujuk pada aturan sosial penggunaan bahasa.
5. Pada kemampuan *metatextual* yang merujuk pada gaya wacana dalam teks naratif dan ekspositoris.
6. Pada kemampuan metamotivational yang merujuk pada strategi dan motivasi yang mendorong seseorang untuk beraktifitas dalam metadata

2. Makna Metakomunikasi

Menurut Prof. Dr. Alo Liliweri, M.S, setiap hari kita menonton dan mendengarkan iklan yang disiarkan televisi dan radio. Setiap iklan membawa pesan yang mempunyai "isi" dan "misi". Tanpa kita sadari kalau iklan tersebut sedang memerintahkan kita untuk menafsirkan isi pesan tersebut. Bahkan sebagai pemirsa, baik sebagai penonton atau pendengar, kita mempunyai pengalaman menginterpretasikan pesan iklan misalnya mempertanyakan

“motif” negosiasi antara cara-cara penayangan iklan dengan segmen yang dijadikan target iklan tersebut.⁹⁸

Makna metakomunikasi⁹⁹ dapat diketahui sebagai berikut;

- 1) Kamus dapat menunjukkan bahwa setiap “kata” mempunyai arti tertentu, namun makna setiap kata amat tergantung ketika proses komunikasi berlangsung
- 2) Sebuah *text book* merupakan media komunikasi yang mengkomunikasikan tentang isi komunikasi yang ditulis dengan pesan verbal
- 3) Benar apa yang didefinisikan oleh Gerad Nierenberg dan Henry Calero, bahwa metakomunikasi merupakan bahasa yang menyembunyikan makna dibalik kata-kata yang diucapkan untuk menggambarkan ekspresi
- 4) Benar apa yang dikatakan oleh Julius dan Barbara Fast bahwa meta komunikasi terjadi pada hampir semua kata yang diucapkan atau yang ditulis. Semua kata yang terdengar dan terbaca tetap menyembunyikan makna dibalik kata-kata. Mengapa? Karena kata-kata selalu diungkapkan berdasarkan *pitch*, *resonansi*, melodi, pilihan kata, penekanan kata, dan situasi emosi.

Mempelajari metakomunikasi atas suatu komunikasi “merupakan keterampilan hidup untuk yang belajar seumur

⁹⁸ Herskovitz, 1979, Bateson, Gregory. *Step to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution, and Epistemology*. London, Intertext, 1972

⁹⁹ Prof.Dr.Alo Liliweri, M.S., *Op.cit.* hal 1052, 2011

hidup" (*metacommunication: a lifelong skill a life long learner*). Keterampilan metakomunikasi dikenal dengan tiga tahapan metakomunikasi, yaitu; (1) metakomunikasi antisipatif, (2) metakomunikasi adaptif, (3) metakomunikasi reflektif.

(1) Metakomunikasi Antisipatoris

Adalah metakomunikasi yang bersifat komunikasi intrapersonal yang berisi tentang bagaimana kita mulai berpikir tentang apa-apa yang akan dilaksanakan. Misal ketika kita hendak presentasi, kita mulai menyiapkan tentang jenis bahan yang akan dipresentasikan, bagaimana mempersiapkan bahan, bagaimana cara mempresentasikan, jenis media yang digunakan untuk presentasi, bagaimana memotivasi peserta rapat untuk menghadiri pertemuan dari awal sampai selesai.

(2) Metakomunikasi Adaptif

Adalah berkomunikasi ketika kita sedang menerima telepon dari seorang teman, maka disaat yang sama kita pun sedang berbicara dengan orang lain yang sedang bertamu di ruang kerja. Pada saat yang sama kita mengirim dan menerima pesan, pada saat yang sama kita berkomunikasi dengan dua orang dengan cara yang berbeda. Kita tidak sadar, pada saat yang sama, kita sedang berpikir tentang pesan-pesan yang akan dikirimkan dan mengantisipasi

jawaban terhadap pesan yang akan diterima. Hal demikian menunjukkan kita sedang berkomunikasi dengan komunikasi.

(3) Metakomunikasi Reflektif

Setelah kita selesai berkomunikasi dengan seseorang, maka kita pun dapat menyisihkan waktu untuk berpikir tentang apa yang telah terjadi. Ketika kita berpikir tentang komunikasi, "setelah suatu fakta komunikasi telah terjadi", maka kita sebenarnya sedang terlibat dalam *metakomunikasi reflektif*. Refleksi semacam ini dapat membantu kita untuk memahami apa yang telah kita lakukan, apa yang masih kita perlukan, dan bagaimana kita dapat memperbaikinya. Apakah kita pernah berpikir tentang sesuatu yang akan kita lakukan, atau yang akan kita dengar, dan yang kita harapkan agar orang lain mendengarkan kita, atau yang kita harapkan agar orang lain mengatakan sesuatu kepada kita. Inilah yang disebut *reflektive metacommunication*.¹⁰⁰

B. Komunikasi Transendental

Transendental secara bahasa dalam istilah filsafat berarti suatu yang tidak dapat diketahui, suatu pengalaman yang terbebas dari fenomena namun berada dalam gugusan pengetahuan seseorang. Dalam istilah agama diartikan suatu

¹⁰⁰Jonathan Ginzburg and Zoran Macura, *Lexical Acquisition with and without Metacommunication*, departement of Computer Science, King's College, London, 2001

pengalaman mistik atau spiritual karenanya berada diluar jangkauan dunia. Maka komunikasi transendental bisa diartikan peroses membagi ide, informasi, dan pesan dengan orang lain pada tempat dan waktu tertentu serta berhubungan erat dengan hal-hal yang bersifat transenden (metafisik dan pengalaman supranatural). Hingga komponen komunikasi seperti siapa (*what*) bisa bersifat metafisik, isi (*say what*) juga berhubungan dengan metafisik, demikian juga dengan kepada siapa (*to whom*) dan media perantara (*channel*) serta efeknya.

Ilmu Komunikasi sebagai salah satu bidang ilmu yang banyak sekali mendapatkan imbas dari kemajuan teknologi (terutama teknologi komunikasi) yang ada, diharuskan untuk dapat mebenahi diri dan bekerjasama dengan berbagai disiplin ilmu lainnya dalam mengatasi persoalan-persoalan yang muncul di masyarakat. Sebagai disiplin ilmu yang omni present, ilmu komunikasi memang sangat strategis untuk menjalin kerjasama dengan ilmu-ilmu lainnya (baik ilmu sosial maupun ilmu eksakta/alam). Dalam wujud yang kongkrit, kerjasama tersebut dapat melahirkan disiplin-disiplin ilmu baru yang merupakan hasil hibrid dari ilmu komunikasi dengan ilmu-ilmu lainnya.

Sebagai contoh, kolaborasi antara ilmu komunikasi dengan ilmu-ilmu sosial lainnya, seperti sosiologi, antropologi, dan psikologi, dapat melahirkan disiplin ilmu (minimal bidang kajian) hibrid seperti sosiologi komunikasi,

antropologi komunikasi, dan psikologi komunikasi). Demikian juga ketika ilmu komunikasi berkoalisi dengan ilmu-ilmu eksakta/alam, seperti ilmu kedokteran, biologi, yang akan melahirkan disiplin ilmu komunikasi kedokteran dan biologi komunikasi.

Pada umumnya ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya lebih banyak mengkaji aspek-aspek kongkrit dari kehidupan manusia. Hal ini dapat dilihat dari semaraknya (banyaknya) kajian-kajian fenomena komunikasi yang kongkrit, seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi antarbudaya, komunikasi massa, dan lain sebagainya. Sebaliknya, fenomena-fenomena komunikasi yang abstrak (transenden) sangat jarang (kalau tidak dikatakan tidak pernah) dikaji secara akademis. Padahal banyak sekali aspek (tabir) ilmiah dan transenden yang dapat dilihat ketika wilayah-wilayah transenden (abstrak) dari komunikasi manusia tersebut dibedah secara ilmiah dan akademis.

Belakang ini, beberapa pakar komunikasi mencoba masuk ke wilayah asing tersebut, dengan mengembangkan disiplin baru dari ilmu komunikasi, yaitu komunikasi transendental (*Transendental Communication*). Nina Winangsih Syam, adalah salah satu pakar komunikasi yang mengembangkan komunikasi transendental tersebut. Menurut Guru Besar Fakultas Komunikasi (Fikom) Universitas Padjadjaran (Unpad) ini, bahwa komunikasi transendental

memiliki akar keilmuan (landasan ilmiah) yang jelas, sebagai pondasi dalam membangun/mengembangkannya. Menurut Winangsih, setidaknya ada lima disiplin ilmu yang dapat dijadikan sebagai landasan ilmiah komunikasi transendental, yaitu filsafat Islam, filsafat metafisika, fenomenologi, antropologi metafisik, dan sosiologi transendental.¹⁰¹

Lebih lanjut Nina Winaningsih mengemukakan bahwa Komunikasi transendental dalam perspektif tersebut lebih tepat disebut sebagai komunikasi spiritual, yaitu komunikasi antara manusia dengan Allah SWT. Komunikasi spiritual menurut Nina Winangsih memiliki beberapa ciri, diantaranya: berjalan searah, bersifat tunggal, komunikasi bisa muncul secara individu dan kolektif, pesan bersifat religius, komunikasi bersifat abstrak, tujuan komunikasinya untuk beribadah dalam rangka mencapai taqwa.¹⁰²

Begitu pula komunikasi transendental memiliki beberapa karakteristik, yang membedakannya dengan bentuk komunikasi lainnya. Adapun ciri-ciri komunikasi transendental, antarlain: fenomenal individual, disadari, implisit/memenuhi syarat-syarat apriori, lived-world/holistik, spontan, refleksi, reduksi dari fenomena.

¹⁰¹ Nina Winangsih, *Rekonstruksi Ilmu Komunikasi Perspektif Pohon Komunikasi dan Pergeseran Paradigma Komunikasi Pembangunan dalam Era Globalisasi*, Bandung, PPS Unpad, 2002. Hal 24

¹⁰² Nina Winaningsih, *Ibid*

Komunikasi transedental lebih menitikberatkan komunikasi pribadi seseorang dengan sang pencipta, Tuhan Yang Maha Kuasa. Komunikasi yang sangat intensif, ekspresif dan lebih bersifat pribadi antara seorang manusia dengan Tuhannya. Bahkan sakitnya komunikasi manusia sebagai dampak dari perubahan era informasi dan komunikasi yang serba-bebas memicu masyarakat untuk menciptakan kembali sebuah tanaman “melek komunikasi” yang didasarkan pada kecerdasan emosional dan spiritual sehingga lahirlah “*communication Quotien in Emotional and Spiritual Approach*”.¹⁰³ Penekanan lingkup komunikasi pada lingkup yang emosional dan spiritual ini didasarkan pada pemahaman bahwa seluruh masalah perpecahan dan kekacauan di muka bumi sebagaian besar penyebab utamanya adalah tiadanya komunikasi yang hakiki dan sejati yang berlandaskan kepekaan rasa, kesalehan lisan, dan kedekatan pada Allah Sang Pencipta komunikasi dari diri manusia. Hal ini sebagaimana yang disabdakan Rasulullah:; “... Tidaklah dia bisa betul-betul mengetahui dirinya hingga ia cerdas dalam berbicara”¹⁰⁴

Menurut Ellys Lestari Pambayun¹⁰⁵, komunikasi haruslah menjadi media yang dapat mendekatkan dan

¹⁰³ Ellys Lestari Pambayun, *Communication Quotient, Kecerdasan Komunikasi dalam Pendekatan Emosional dan Spiritual*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2012

¹⁰⁴ Ibid

¹⁰⁵ Ibid

merekatkan hubungan manusia dengan sesama dan Allah Swt. Karena bila manusia memiliki hubungan yang kritis dengan sesama dan Allah swt akan membuat fatal baik secara individual maupun sosial. Secara individual, kegagalan komunikasi bisa menimbulkan frustrasi, demoralisasi, alienasi, penyakit-penyakit jiwa lainnya, secara sosial kegagalan komunikasi akan menghambat saling pengertian, kerja sama, toleransi, dan merintangi pelaksanaan norma-norma sosial. Adapun kegagalan komunikasi dengan Allah Swt akan menjadikan manusia tidak akan bahagia atau selamat hidup di akherat kelak. Nabi Muhammad Saw bersabda, " Sungguh beruntung orang yang menjaga lisannya, rumahnya terasa lapang (luas) bagi dirinya dan menangis karena dosa-dosanya." (HR Thabrani)".

Komunikasi transedental adalah tidak lepas dari komunikasi massa Islam. Ciri Komunikasi massa Islam¹⁰⁶ adalah menyebarkan (menyampaikan) informasi kepada pendengar, pemirsa atau pembaca tentang perintah dan larangan Allah Swt (Al Qur'an dan Al-Hadist). Pada dasarnya agama sebagai kaidah dan sebagai perilaku adalah pesan (informasi) kepada warga masyarakat agar berperilaku sesuai dengan perintah dan larangan Tuhan. Hal ini berarti bahwa semua proses komunikasi Islam harus terikat pada norma-norma agama Islam. Isi pesan-pesan dalam wirid atau doa-doa yang ada dalam komunikasi transedental adalah

¹⁰⁶ A Muis, *Komunikasi Islam*, Rosda Karya, 2001, hal 5

berisi pesan-pesan mengajak kebenaran dan memerintahkan berbagai larangan yang penuh hikmah dan kebajikan.

Seperti telah dijelaskan di atas, Wilbur Schramm¹⁰⁷, seorang *founding father*, ilmu komunikasi, mengatakan bahwa ada lima unsur dalam ilmu komunikasi manusia, yaitu *komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek*. Kelima unsur tersebut kalau ditelaah di dalam referensi ajaran-ajaran agama Islam mempunyai hubungan yang relefan, yaitu diantara soal tentang komunikator dan pesan yang disampaikan.

Pertama, tentang komunikator. Seorang komunikator adalah seorang manusia yang harus memiliki kredibilitas dan dapat menjadi acua akhlaq orang-orang yang diajaknya bicara. Rasulullah Saw lewat hadist Muadz r.a bersabda; "*Maukah kuberitahukan kepadamu tentang tiang penyangga semuanya itu ... ? Aku menjawab: "Tentu, wahau Rasulullah!" Maka beliau memegang lisannya secara berkata: Peliharalah ini olehmu!" Aku bertanya: Wahai Rasulullah! Adakah kami akan disiksa dengan sebab perkataan kami ? Rasul menjawab: "Ibumu kehilangan kamu hai Muadz. Apakah manusia tersungkur ke Neraka di atas wajah-wajah mereka, (atau beliau berkata) apakah manusia tersungkur pada hidung-hidung mereka, itu tidak lain akibat lisan (kata-kata) mereka !*

¹⁰⁷ Ibid hal 8

Seorang komunikator harus mempunyai tiga unsur yang menurut Aristoteles, yaitu harus mempunyai sifat Ethos, Logos dan Phatos.

1) **Ethos**, Seorang pembicara harus terlihat kredibel. Ia harus memilih kata-kata yang secara cerdas. Pentingnya seorang komunikator mempunyai unsure etos tercantum dalam firman Allah Swt dalam Al-Qur'an, yaitu; "*Kemahamuliannya-Nya dapat dilihat dari limpahan anugerah-Nya kepadamu. Ia menciptakan kamu, kemudian memelihara kamu dengan penuh kasih. Ia menjadikan langit, bumi, dan segala isinya, untuk kebahagiaan kamu ("rizkan lakum"). Ia menjaga kamu sejak kamu hanya berupa segumpal daging yang melekat dirahim ibumu. Lalu, setelah semua itu, Ia mengutus salah seorang diantara kamu untuk menunjuki jalan bagaimana seharusnya kamu mengatur hidupmu. Ia ingin kamu berada di jalan lurus, menuju puncak kebahagiaanmu. Bukankah Sang Mahamulia itu lebih layak kamu ikuti dari siapa pun? Kami telah menciptakan kamu, lalu mengapa tidak mau membenarkan? (QS Al-Waaqi'ah 57:57)*

Dalam Karya Rhetoric, Aristoteles mengidentifikasi tiga kualitas yang dapat membangun kredibilitas (*ethos*) yang tinggi pada pembicara, yaitu; kecerdasan (*intelligence*), karakter (*character*) dan niat baik (*goodwill*). Ketiga unsur tersebut merupakan bagian

terpenting bagi seorang komunikator. **Pertama, kualitas kecerdasan** pembicara dapat terlihat dari kata-kata dan sikap bijak dan kemampuannya dalam menyebarkan nilai-nilai pada sesama. Kecerdasan komunikator dapat terpancar bila ia dapat menyesuaikan pembicaraannya dengan sifat khalayak yang dihadapinya (*fi anfusihim*: tentang diri mereka). Rasulullah bersabda, “Kami (para nabi) diperintahkan untuk mendatangi rumah semua orang dan berbicara dengan mereka sesuai dengan kapasitas dan kemampuan akal mereka.” Sementara menurut menurut Al-Qur’an, “ *tidak kami utus seorang rasul, kecuali ia harus menjelaskan dengan bahasa kaumnya.* ” (QS Ibrahim 14:4). Dalam istilah Al-Qur’an disebut *qowlan Balighan* terjadi bila komunikator menyentuh khalayak pada hati, dikenal dengan istilah komunikasi efektif. **Kedua, Karakter.** Kualitas karakter pembicara dapat tercermin dari ketulusan, kejujuran, dan citra positif dirinya. Salah satu contoh dalam surat pertama, Al-‘Alaq menyuruh Nabi Saw membacakan kebenaran dengan menegaskan “kredibilitas Sang Maha Pencipta, Sang Maha Pemelihara Yang Maha Mulia,” yang mengajar dengan pena, yang mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.” Seorang penulis Sufi, Atha’ilah al-Askandary dalam bukunya Al-Hakam mengatakan, “ Seorang figure itu adalah yang perilakunya mampu membangkitkan kesadaran terhadap

Allah dan ucapannya menunjukkan pada jalan kebenaran. **Ketiga, Niat baik (goodwill).** Kualitas niat dapat terpancar dari penilaian positif pembicara terhadap audiensnya. Niat baik tercermin dari karakter dan dimensi dinamisme atau energy positif pembicara. Sikap *goodwill* merupakan perwujudan diri komunikator yang paling tampak karena mencerminkan tindakan atau perilaku.

- 2) **Logos.**¹⁰⁸ Pendekatan Rasional. Kriteria seorang komunikator harus memiliki akal yang sehat (*plausible*). Banyak ayat Al-qur'an yang memerintahkan kita berpikir, merenung dan bertafakur. Dalam surat Al-Naml berbunyi; " *Atau siapakah yang menciptakan (manusia dari permulaannya), kemudian mengulanginya (lagi), dan siapa (pula) yang member rezeki kepadamu dari langit dan bumi; Apakah disamping Allah ada Tuhan (yang lain) Katakanlah: Unjukkanlah bukti kebenaranmu, jika kamu memang orang-orang yang benar*". (QS Al-Naml 27:64)
- 3) **Phatos.**¹⁰⁹ Pendekatan Emosional. Seorang komunikator harus dapat menggunakan perasaan dalam menghadapi audiensnya karena audiensnya adalah makhluk berperasaan. Karena itu pula Allah menciptakan hati sebagai tempat bersemayamnya perasaan/emosi

¹⁰⁸ Ibid hal 12

¹⁰⁹ Ibid Hal 15

(*'aathifah*). Dijelaskan dalam firman Allah, " ... yaitu orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan kesalahan orang. Dan Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan. (QS Ali-Imran 34:134)

3. **Tentang Pesan¹¹⁰**. Kita diberikan karunia oleh Allah Swt dalam memaknai dan menginterpretasikan pesan-pesan yang muncul di sekitar kita. Tapi seringkali terjadi salah paham atau persepsi yang akhirnya memunculkan sikap dan perilaku yang salah. Pun dalam pesan komunikasi harus menganut asas-asas yang tidak menimbulkan salah persepsi atas pesan yang disampaikan.

Al-Qur'an dan As-Sunnah (hadist) adalah wujud nyata dari representasi lisan Allah Swt dan Rasul-Nya. Keduanya berisikan muatan-muatan atau pesan-pesan (*tablighul risalah*) yang dapat membentuk kecerdasan spiritual, emosional dan intelektual, yang harus disyiarkan atau ditransmisikan agar manusia tercerahkan dan bermartabat.

Metode¹¹¹ penyampaian pesan edukasi yang diterapkan Rasulullah sangat mudah dimengerti, yaitu;

¹¹⁰ Ibid hal 23

¹¹¹ Ibid hal 25

Pertama, tahap bil Hikmah, yaitu penyampaian ajaran yang disertai dengan sikap yang bijaksana, lemah lembut, filosofis, dan menggunakan kiasan. Allah juga senantiasa akan memberikan ketajaman akal dan pikiran, perasaan yang halus (*sensitive*) kepada kita jika kita dapat mengamalkan ajaran-ajaran Allah Swt; sebagaimana yang difirmankannya, "*Hal orang-orang yang beriman, jika kamu bertaqwa kepada Allah, niscaya Dia akan memberimu furqon (petunjuk untuk dapat membedakan antara yang hak dan batil dapat juga diartikan sebagai pertolongan), dan menghapuskan segala kesalahan-kesalahan dan dosa-dosamu.*" (QS Al-Anfal 8:29).

Kedua, tahap mauidzah hasanah (komprehensif dan terintegrasi). Yaitu ajaran yang baik termasuk member keteladanan. Allah sangat membenci orang-orang yang sangat pintar bicara, tapi berbuatnya nol alias NATO (*not action talk only*), sebagaimana firmannya, "*Hai orang-orang yang berfirman mengapa kamu mengatakan apa yang tidak kamu kerjakan? Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu perbuat.*" (QS Ash-Shaff 61:2-3).

Ketiga, tahap Mujadallah, yaitu pesan edukasi yang disampaikan secara baik dan jelas, dan mengikuti kaidah-kaidah kebenaran. Karena, bila kita kurang menguasai materi, ragu-ragu, bahkan melenceng, sementara khalayak itu kritis dan cerdas, maka kita akan menuai

antipasti mereka terhadap kita. Bahkan, lebih mengerikan dampaknya jika khalayaknya pasif dan kurang cerdas kemudian mengikuti pesan-pesan kita yang salah tersebut. Maka bisa dipastikan akan terjadi kehancuran dan malapetaka yang luar biasa yang menimpa masyarakat kita karena itu, kita harus senantiasa memohon kepada Allah untuk dilindungi dari orang-orang yang sesat, dusta, dan durhaka terhadap Allah Swt. Dan *memohon untuk menurunkan siksa kepada mereka (mubarallah). Allah SWT berfirman, " Bahkan yang sebenarnya, mereka mendustakan apa yang mereka belum ketahui dengan sempurna, padahal belum datang, penjelasan kepada mereka. Demikianlah, orang-orang yang mendustakan Rasulullah sebelumnya. Maka, mereka akan menerima akibat dari kedzoliman mereka. "* (QS Yunus 10:39).

C. Konsep tentang Ziarah

Secara Historis bahwa ziarah pada awal sejarah Islam, ziarah ke kubur baik laki-laki maupun perempuan dilarang, karena dikhawatirkan dapat menggoncangkan keimanan orang yang berziarah. Namun ketika iman dan aqidah umat Islam sudah kuat dan mantap, maka ziarah kubur diperbolehkan bahkan dianjurkan agar kita ingat bahwa suatu saat juga akan mati. Disamping itu ziarah kubur juga untuk mendoakan orang tua dan sesepuh yang sudah meninggal.

Data historis menunjukkan, praktik ziarah ke makam sudah ada sejak sebelum Islam datang, namun bobotnya dlebih-lebihkan, sehingga dimasa awal Islam (610-622)¹¹², Nabi Muhammad melarangnya. Seiring dengan perkembangan Islam yang dibarengi dengan pemahaman yang cukup, maka tradisi ziarah dihidupkan kembali bahkan dianjurkan oleh Nabi, karena hal tersebut dapat mengingatkan kepada hari akhir, sehingga diharapkan pelakunya dapat melakukan control diri.

Legalitas ziarah dengan maksud tersebut dapat dicermati dari hadist shohih riwayat Muslim, al-Tirmidzi, Adu Dawud dan Ibnu Majah. Hadist riwayat Muslim menyebutkan bahwa Rasulullah bersabda, "*Kuntu nahaytukuman ziyarah al-kubr fa zuruha*", artinya: "Saya pernah melarang kalian berziarah kubur, maka sekarang berziarahlah". Dari pengertian hadits tersebut dapat dipahami secara umum larangan dan anjuran baik bagi laki-laki maupun perempuan bahkan bagi non muslim diperbolehkan dengan syarat tidak memberi salam dan tidak mendoakan, tetapi sekedar mengingatkan diri akan kematian. Ulama dan para ilmuan Islam, dengan berdasarkan al-Quran dan Hadis-hadis, memperbolehkan ziarah kubur dan menganggapnya sebagai perbuatan yang memiliki keutamaan, khususnya ziarah ke makam para Nabi dan orang-orang shaleh.

¹¹² -----, *Jejak Para Wali dan Ziarah Spiritual*, PT Gramedia Jakarta, 2006, hal. 3

Sementara itu kaum Wahhabi, meski pada ziarahnya tidak mengharamkan ziarah, namun mengharamkan dan melarang berpergian untuk ziarah ke makam para Wali.

Dari beberapa hadist di atas diketahui bahwasanya ziarah merupakan panggilan agama untuk mengingatkan

Sedangkan menurut etimologi, ziarah diartikan sebagai kunjungan ke tempat yang di anggap keramat atau mulia. Ziyarah atau ziarah merupakan asal kata dari bahasa Arab, secara harifiyah berarti "kunjungan", sedangkan secara istilah menurut Alhamdani (138H:151) berarti "mendatangi sewaktu-waktu untuk mendo"akan dan memohonkan rahmat Tuhan bagi orang-orang yang dikubur di dalamnya serta untuk mengambil ibarat dan peringatan supaya yang hidup ingat akan mati dan nasib di kebudian hari di akhirat " Ini berarti ziarah sebagai kegiatan yang sewaktu-waktu atau tertentu. Secara istilah ziarah kubur juga merupakan suatu perbuatan melakukan kunjungan ke tempat yang dianggap keramat atau mulia (makam) dengan tujuan berkirim do"a. Sedangkan ziarah kubur menurut Godam adalah suatu kegiatan atau aktivitas mengunjungi makam dari orang yang telah meninggal dunia baik yang dulu semasa hidupnya kita kenal maupun tidak di kenal. Eposito memandang ziarah secara teknis merujuk pada aktivitas mengunjungi pemakaman dengan maksud mendo"akan bagi yang meninggal serta mengingat kematiannya. Adapun yang di maksud ziarah kubur pada penelitian ini adalah perbuatan

melakukan ziarah sebagai media komunikasi transendental, yang didalamnya terdapat makam yang disucikan dan selalu dikunjungi oleh para peziarah.¹¹³

Di antara yang perlu diperhatikan dalam ziarah kubur adalah: 1. Ketika masuk, sunnah menyampaikan salam kepada mereka yang telah meninggal dunia. 2. Tidak duduk di atas kuburan, serta tidak menginjaknya. 3. Tidak melakukan thawaf sekeliling kuburan dengan niat untuk ber-taqarrub (ibadah). Karena thawaf hanyalah dilakukan di sekeliling Ka'bah. 4. Tidak boleh memohon pertolongan dan bantuan kepada mayit, meskipun dia seorang nabi atau wali, sebab itu termasuk syirik besar. 5. Tidak meletakkan karangan bunga atau menaburkannya di atas kuburan mayit. Karena hal itu menyerupai perbuatan orang-orang Nasrani, serta membuang-buang harta dengan tiada guna. Seandainya saja uang yang dibelanjakan untuk membeli karangan bunga itu disedekahkan kepada orang-orang fakir miskin dengan niat untuk si mayit, niscaya akan bermanfaat untuknya dan untuk orang-orang fakir miskin yang justru sangat membutuhkan uluran bantuan tersebut. 6. Dilarang membangun di atas kuburan atau menulis sesuatu dari al-Qur'an atau syair di atasnya. Sebab hal itu dilarang, cukup meletakkan sebuah batu setinggi satu jengkal, untuk menandai kuburan.

¹¹³ John L. Esposito, *Ensiklopedi Oxford: Dunia Islam Modern*, (Bandung, Mizan: 2001) Hal. 196

Fungsi dan Faidah yang bisa dipetik dan hasil yang akan didapatkan oleh orang yang berziarah kubur, antara lain:

- a. Memberikan nasihat bagi dirinya.
- b. Mengingatkannya kepada kematian, balasan dan hari kiamat.
- c. Menambahkan kebaikan baginya.
- d. Mengambil pelajaran.
- e. Melunakkan (melembutkan) hati.
- f. Menjadikannya zuhud terhadap dunia dan tamak terhadap kebaikan hari akhirat.
- g. Menjadi bagian media budaya dakwah¹¹⁴ ajaran-ajaran Islam

Berdasarkan pemahaman para Ulama, ziarah di bagi menjadi dua macam yaitu :

1. Ziarah Kubur Syar'iyah

Ziarah kubur yang disyari'atkan dalam Islam adalah berziarah ke kubur Muslimin, dan mengucapkan salam atas mereka, mendoakan untuk mereka agar diberi ampunan dan maghfirah, sebagaimana terdapat dalam hadits-hadits." Dan hendaklah kamu mengambil pelajaran (*I'tibar*) dengan keadaan mereka dahulunya bahwa mereka dulu begini dan begitu, mereka adalah Nabi-nabi, Wali-wali, Orang-orang

¹¹⁴ Dr. Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya*, Rosda Karya, 2012, hal 23

kaya. Mereka telah mati, telah dipendam, telah menjadi tanah, dan mereka telah menjumpai apa yang telah mereka perbuat baik berupa kebaikan atau keburukan". Jadi, ziarah kubur itu tidak untuk mengambil pelajaran dan menebalkan sikap materialistis yang mementingkan kehidupan dunia ini. Karena kehidupan di dunia ini adalah tipuan dan tidak kekal, sedangkan kita semua akan mati dan akan di kubur. Maka sebaiknya kita tidak tertipu oleh fatamorgana dan kesenangan dunia. Inilah hakikat ziarah kubur yang syari'i.

2. Ziarah Kubur Syirkiyah

Adapun ziarah kubur yang syirkiyah atau menyekutukan Allah dan sangat dilarang dalam Islam adalah apabila peziarah menciumi kuburan, atau sujud di atasnya, atau mengusap-usapnya, atau memanggil-manggil penghuninya, atau meminta pertolongan kepadanya (*istighatsah* dengan kubur), atau minta keselamatan (*istinjad*) padanya, atau bernadzar (misalnya kalau sukses usahanya maka akan mengadakan penyembelihan) untuk kubur, atau menyangka/meyakini bahwa (mayit) yang di kubur itu bisa memberi manfaat atau mudharat padanya. Ziarah kubur yang model ini adalah bertentangan dengan hikmah disyariatkannya ziarah kubur itu sendiri. Bahkan itu adalah keyakinan yang dulunya diperbuat oleh ahli Jahiliyah. Oleh karena itu dulu Nabi Shalallahu'alaihi wasalam melarang ziarah kubur.

BAB III

METOLOGI PENELITIAN

Metodologi yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi antara lain:

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *kualitatif*. Menurut Albert Wijaya dan Noeng Muhajir¹¹⁵ bahwa penelitian *kualitatif* dimaksud adalah penelitian dengan mengandalkan konstruksi logika dan penggalan interpretatif berdasarkan data-data yang diperoleh melalui wawancara, dokumentasi atau bahan-bahan literatur yang relevan dengan topik dan masalah studi ini. Pendekatan penelitian *kualitatif* umumnya meletakkan peneliti pada pandangan fenomenologis di mana peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan keterkaitannya terhadap orang-orang dalam situasi tertentu.¹¹⁶

Pendekatan *kualitatif* adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan

¹¹⁵Albert Wijaya dan Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1990) hlm. 66

¹¹⁶Lexi Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000) hlm 9

responden di lapangan baik dengan melakukan survai atau wawancara secara langsung, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Pendekatan melihat sebuah fenomena melahirkan para ilmuwan yang *concern* di dalamnya, seperti Edmund Husserl, Alfred Schultz, dan Peter Berger dan ilmunya disebut *fenomenalogi*.

Fenomenalogi¹¹⁷ adalah pendekatan yang beranggapan bahwa fenomena bukanlah realitas yang berdiri sendiri. Fenomena yang tampak merupakan objek yang penuh dengan makna yang *transedental*. Untuk mendapatkan nilai kebenaran yang sesungguhnya, maka harus menerobos melalui fenomena yang tampak itu. Fenomena ini banyak penjelasan pada taraf *metasosiologis*, sebagai upaya pemahaman pikiran manusia terhadap fenomena yang muncul dalam kesadarannya. Serta untuk memahami fenomena yang dialami oleh manusia dan dianggap sebagai entitas yang ada di dunia. Sehingga, fenomenalogi tidak berusaha untuk mencari pendapat yang benar dan salah, tetapi untuk mereduksi kesadaran manusia dalam memahami fenomena yang tampak dihadapannya. Fenomenalogi pada perkembangannya melahirkan teori konstruksi realitas secara sosial yang banyak mengangkat kaitan antara bahasa dan kebudayaan.

¹¹⁷ Prof.Dr.Engkus Kuswarno, M.S., *Metode Penelitian Komunikasi, Etnografi Komunikasi, Suatu Pengantar dan contoh Penelitiannya*, Widya Padjadjaran, 2008, hal 21

Bogdan dan Taylor¹¹⁸ mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Berdasarkan sejarah sosial, pendekatan kualitatif dibangun berdasarkan tradisi pemikiran Jerman yang lebih banyak mengadopsi pemikiran filsafat Plato yang humanistik. Karena itu Plato memandang manusia sebagai manusia, bahkan Plato terlebih melihat manusia dipengaruhi oleh rasionya, karena itu manusia memiliki idealisme. Gagasan-gagasan Plato mempengaruhi Edmund Husserl, Martin Heidegger, dan Merleau Ponty. Mereka bertiga adalah pelopor aliran fenomenologi, sebuah aliran filsafat yang mengkaji penampakan atau fenomena yang mana antara fenomena dan kesadaran tidak terisolasi satu sama lain melainkan selalu berhubungan secara dialektis. Jadi, dalam pandangan fenomenologi sesuatu yang tampak itu pasti bermakna menurut subyek yang menampakkan fenomena itu, karena setiap fenomena berasal dari kesadaran manusia sehingga sebuah fenomena pasti ada maknanya.¹¹⁹

Tradisi pemikiran pemikiran ini yang humanis, idealistis mengilhami pemikiran Kant maupun Hegel tentang dunia ide yang kemudian melahirkan (menjadi akar tradisi)

¹¹⁸Lexi Moleong, *Ibid.*, hlm. 3

¹¹⁹Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Prenada Media Group, hal 3

paradigma fenomenologi dalam penelitian sosial yang dikenal dengan paradigma penelitian kualitatif, dimana paradigma ini bersebrangan dengan tradisi pemikiran Inggris dan Perancis yang positivistik.¹²⁰

Pendekatan kualitatif selain didasari oleh filsafat fenomenologisme dan humanistis, juga mendasari pendekatannya pada filsafat lainnya, seperti empiris, idealisme, kritisme, vitalisme, dan rasionalisme maupun humanisme. Dengan kata lain pandangan yang mengatakan hanya pendekatan kuantitatif (*positivisme*) yang mendasari pemikirannya terhadap empirisme, idealisme, kritisme, dan rasionalisme adalah pandangan yang keliru, karena pada kenyataannya pendekatan kualitatif juga menggunakan semua pandangan filsafat yang juga digunakan oleh pendekatan kuantitatif, tentu dengan bentuk penafsiran yang sesuai dengan kepentingan fenomenologi.¹²¹

Pengaruh empirisme terhadap pendekatan kualitatif terletak apda bagaimana upaya pendekatan kualitatif memecahkan misteri makna berdasarkan pada pengalaman peneliti dan objek kajiannya. Pendekatan kualitatif memandang bahwa makna adalah bagian yang tak terpisahkan dari pengalaman seseorang dalam kehidupan sosialnya bersama orang lain. Makna bukan sesuatu yang lahir diluar pengalaman objek penelitian atau peneliti, akan

¹²⁰ Ibid

¹²¹ Ibid, hal 4

tetapi menjadi bagian terbesar dari kehidupan penelitian ataupun objek penelitian. Disamping itu, idealisme menjadi roh dari analisis-analisis kualitatif, baik adari awal penelitian sampai akhir penelitian. Lebih-lebih peneliti kualitatif adalah peneliti yang memiliki tingkat kritisme yang lebih dalam semua proses penelitian. Kekuatan kritisme peneliti menjadi senjata utama menjalankan semua proses penelitian.¹²²

Menurut Deddy Mulyana dan Solatun, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya. Penggunaan menggunakan berbagai metode ini disebut triangulasi – dimaksudkan agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif (*holistic*) mengenai fenomena yang diteliti. Maka sesuai dengan prinsip epistemologisnya, peneliti kualitatif lazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami, atau menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan kepada hal tersebut.¹²³

Dalam penelitian kualitatif, menurut Deddy Mulyana¹²⁴, teori bukanlah segala-galanya, melainkan sebuah kisi-kisi, kerangka yang longgar, ketimbang sebagai alat untuk menjaring, mengukur atau bahkan menaklukan data.

¹²² Ibid, hal 5

¹²³ Deddy Mulyana, Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT Remaja Rosda, 2007, hal 5

¹²⁴ Ibid

Oleh karena itu, peneliti kualitatif jarang pergi ke medan penelitiannya dengan hipotesis yang ketat yang kebenarannya akan diuji. Dengan kata lain, peneliti kualitatif lebih menekankan proses dan makna ketimbang kuantitatif, frekuensi atau intensitas (yang secara matematis dapat diukur), meskipun peneliti tidak mengharamkan statistik deskriptif dalam bentuk distribusi frekuensi atau prosentase untuk melengkapi analisis datanya. Di lapangan menurut Deddy Mulyana, peneliti mengembangkan kesimpulan umum bersifat tentatif, merevisi kesimpulan-kesimpulan tersebut, sejalan dengan bertambahnya data yang diperoleh. Kesimpulan tentatif tersebut sering disebut hipotesis, model, tipe-tipe, proposisi, atau bahkan teori. Dalam tradisi penelitian kualitatif terdapat sejumlah teori atau pendekatan yang menjadi landasan penelitian kualitatif, seperti fenomenologi, interaksi simbolik (yang salah satu variannya adalah dramaturgi), etnometodologi, kajian budaya (*culture studies*), feminisme, *postmodernisme*, dan teori kritis.¹²⁵

Dalam format desain penelitian kualitatif yang dilakukan berbeda dengan format penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kualitatif, maka format desain penelitian kualitatif terdiri dari tiga model, yaitu format deskriptif, format verifikatif, dan format *grounded theory*. Ketiga format tersebut memiliki model yang tidak sama satu sama lainnya. Format deskriptif lebih banyak dipengaruhi atau

¹²⁵ Ibid, hal 18

masih dipengaruhi oleh paradigma *positivistic*, kendali format ini dominan menggunakan paradigma fenomenologis.

Secara penelitian harfiah, penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Dalam penelitian ini penelitian deskriptif itu adalah akumulasi data dasar dalam cara deskriptif semata-mata tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan, mentest hipotesis, membuat ramalan, atau mendapatkan makna dan implikasi, walaupun penelitian yang bertujuan untuk menemukan hal-hal tersebut dapat mencakup juga metode-metode deskriptif. Tetapi para ahli dalam bidang penelitian tidak ada kesepakatan mengenai apa sebenarnya penelitian deskriptif itu. Sementara ahli memberikan arti penelitian deskriptif itu lebih luas dan mencakup segala macam bentuk penelitian kecuali penelitian historis dan penelitian eksperimental, dalam arti luas, biasanya digunakan istilah penelitian survai.¹²⁶

Sedangkan format verifikatif bersifat induktif dan berparadigma fenomenologis namun perlakuannya terhadap teori masih semi-terbuka pada awal penelitian. Format *grounded theory* bersifat induktif dan berparadigma fenomenologis dan tertutup terhadap teori pada awal penelitian. Perbedaan format penelitian kualitatif akan

¹²⁶ Drs. Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Rajagrafinfo Persada, 2006, hal 76

mempengaruhi model penelitian sehingga hasil-hasil penelitiannya juga akan berbeda-beda sesuai dengan format metodologinya.¹²⁷

1) **Desain Deskriptif Kualitatif**

Format deskriptif kualitatif pada umumnya dilakukan pada penelitian dalam bentuk studi kasus. Format deskriptif kualitatif studi kasus tidak memiliki ciri seperti air (menyebar di permukaan), tetapi memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena. Ciri penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian eksplorasi dan memainkan peranan yang amat penting dalam menciptakan hipotesis atau pemahaman orang tentang berbagai variabel sosial.¹²⁸

2) **Desain Kualitatif Verifikatif**

Format desain kualitatif verifikatif merupakan sebuah upaya pendekatan induktif terhadap seluruh proses penelitian yang akan dilakukan karena itu format desain penelitiannya secara total berbeda dengan format deskriptif kualitatif. Format ini lebih banyak mengkonstruksi format penelitian dan strategi memperoleh data di lapangan, sehingga format

¹²⁷ Burhan Bungin, Op.cit, 2007, hal 67

¹²⁸ Burhan Bungin, Op.cit, 2007, hal 68

penelitiannya menganut model induktif. Keunggulan penelitian kualitatif salah satunya ada pada metode ini, karena ia berupaya mengungkapkan makna yang ada dibalik data yang tampak. Hal-hal yang tak tampak itu menjadi sasaran metode kualitatif verifikatif dan menjadikannya sebagai kritik tajam terhadap pandangan positivisme yang melahirnya pandangan kuantitatif.¹²⁹

3) Desain Grounded Theory

Penelitian *grounded* diperkenalkan oleh Glaser dan Strauss (1967) merupakan reaksi tajam dan sekaligus member jalan keluar dari “stagnasi teori” dalam ilmu-ilmu sosial, dengan menitikberatkan sosiologi. Penelitian *grounded* langsung ke lapangan, semuanya dilaksanakan di lapangan. Rumusan masalah ditemukan di lapangan, hipotesis senantiasa jatuh bangun ditempa data. Data merupakan sumber teori. Teori berdasarkan data sehingga teori juga lahir dan berkembang di lapangan.¹³⁰

Dalam kaitan itu digunakan juga studi kasus sebagai *research strategy*, sebagaimana dijelaskan oleh Moh.

¹²⁹ Burhan Bungin, Op.cit, 2007, hal 70

¹³⁰ Burhan Bungin, Op.cit, 2007, hal 72

Nazir¹³¹ bahwa studi kasus adalah penelitian yang berkenaan dengan suatu periode tertentu atau khas dari keseluruhan personalitas. Umumnya peneliti ingin mempelajari latar belakang serta interaksi lingkungan dari unit-unit yang menjadi subjek. Menurut Denzin Guba studi kasus adalah suatu pendekatan untuk mempelajari, menerangkan, atau menginterpretasikan suatu kasus.¹³²

Penelitian kualitatif ini berjudul “**PEMAKNAAN RITUAL ZIARAH, PERSPEKTIF KOMUNIKASI TRANSENDENTAL (Studi Kasus Ritual Ziarah di Masjid Agung Banten)**”. Metode penelitian Studi kasus yang dimaksud adalah format deskriptif kualitatif. Format deskriptif kualitatif studi kasus tidak memiliki ciri seperti air (menyebar di permukaan), tetapi memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena. Yaitu fenomena kegiatan ziarah ke makam di Mesjid Agung Banten. Dari ciri yang demikian memungkinkan studi ini dapat amat mendalam dan demikian bahwa kedalaman data yang menjadi pertimbangan dalam penelitian model ini. Karena itu, penelitian ini bersifat mendalam dan “menusuk” sasaran penelitian. Tentunya untuk mencapai maksud ini penelitian membutuhkan waktu yang relatif memakan waktu.

¹³¹Mon. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988) hlm 66

¹³²Agus salim (Penyunting0, *Teori dan Paradigma sosial dari Denzin Guba dan penerapannya*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2001) hlm 43

Pada cirinya yang lain, deskriptif kualitatif studi kasus merupakan penelitian eksplorasi dan memainkan peranan yang amat penting dalam menciptakan hipotesis pada penelitian berikutnya atau pemahaman orang tentang berbagai variabel sosial. Sehingga penelitian ini tidak bertujuan menguji suatu hipotesis tetapi justru membuat sebuah hipotesis baru bagi penelitian yang berikutnya sehingga nantinya dapat membuat sebuah teori.

B. Teknik Pengumpulan Data

Secara umum, kegunaan data suatu riset/penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut¹³³;

1. Untuk mengetahui dan memperoleh gambaran tentang sesuatu keadaan atau permasalahan yang dihadapi oleh peneliti.
2. Sebagai dasar untuk membuat keputusan atau pemecahan suatu persoalan tertentu yang dihadapi.
3. Sebagai dasar utama untuk penyusunan suatu perencanaan kerja dalam rangka memecahkan permasalahan.
4. Sebagai alat control dalam pelaksanaan suatu perencanaan, biasanya memerlukan data masa lampau, sekarang dan yang akan datang. Dapat juga berbentuk ramalan (*forecasting*) di masa mendatang, dan ramalan tersebut mengandung unsur ketidakpastian (*uncertainly*). Maka

¹³³ Rosady Ruslan, *Metodologi Penelitian*, 2010, hal.28

control yang dilaksanakan bertujuan untuk menghilangkan adanya kesalahan dalam pelaksanaan melalui tindakan koreksi.

5. Sebagai dasar untuk evaluasi, baik bersifat kualitatif maupun kuantitatif.

Menurut Drs. Mardalis¹³⁴ dalam proses pengumpulan data, langkah-langkah yang perlu dilakukan antara lain:

1. Kita harus mengetahui dimana, bagaimana data itu kita peroleh.
2. Menyusun instrument sebagai alat untuk mengumpulkan data tersebut, serta telah menetapkan data mana yang betul-betul diperlukan dan data yang diabaikan.
3. Sudah memikirkan siapa-siapa yang yang dijadikan responden kita dan bagaimana cara menghubunginya dan siapa-siapa yang dapat membantu kita dalam menyebarkan instrument.
4. Orang yang membantu mengumpulkan data ini apakah sudah dipersiapkan dengan pengetahuan untuk atau dengan kata lain apakah kita telah melatih/member petunjuk dalam melakukan tugasnya.
5. Apakah birokrasi yang perlu ditembus telah kita persiapkan dengan adanya surat-surat izin untuk meneliti seseorang atau instansi tertentu.

¹³⁴ Drs. Mardalis, *Metode Penelitian, Suatu Pendekatan Proposal*, 1989, hal 74-75

6. Jika semuanya telah dilakukan, kita bertanya berapa jumlah data yang diperlukan.
7. Setelah semua teknisnya kita penuhi, maka dihitung berapa biaya anggaran yang diperlukan untuk biaya transportasi mengumpulkan data.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Data penelitian komunikasi kualitatif pada umumnya berupa informasi kategori *substantive* yang paling sulit dinumerasikan. Secara garis besar data dalam penelitian komunikasi kualitatif dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yakni data hasil observasi, data hasil wawancara, dan data berupa dokumen.¹³⁵

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengamatan langsung, melihat, dan meneliti kepada suatu objek yang diteliti serta mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Observasi langsung ke lapangan sehingga didapat data yang bias mengeksplorasi apa yang terjadi selama berlangsungnya kegiatan ziarah. Menurut Lincon dan Guba (1985)¹³⁶, mengklasifikasikan observasi dengan tiga cara melalui: pertama, pengamat bertindak partisipan atau nonpartisipan, kedua, observasi dapat dilakukan secara terang-terangan (*overt observation*) dihadapan responden atau dengan melakukan

¹³⁵ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, LKis, 2007. Hal 97

¹³⁶ Rosady Ruslan, *Op.cit.*, 2010, hal.34

penyamaran (*overt observation*) mengenai kehadirannya dihadapan responden. Secara etis sebaiknya pengamat harus tampil terus terang, dan kecuali keadaan kasus tertentu peneliti harus melakukan penyamaran, ketiga, menyangkut latar belakang peneliti, observasi yang dilakukan secara alami atau dirancang melalui analog dengan wawancara terstruktur atau tidak terstruktur. Kelebihan metode observasi dibandingkan dengan survai, bahwa data yang dikumpulkan pada umumnya tidak terdistorsi, lebih akurat dan rinci, serta bebas dari respon bias. Teknis observasi dalam penelitian dapat dilakukan; *pertama*, dapat dilakukan secara langsung (*direct observation*), terutama untuk subjek atau objek penelitian yang sulit diprediksi, *kedua*, melakukan observasi secara mekanikal (*mechanical observation*), yang pada umumnya diterapkan pada penelitian terhadap perilaku atau kejadian bersifat rutin, berulang-ulang dan telah terprogram sebelumnya.

Tujuan observasi dalam banyak hal, adalah untuk memahami perilaku dan kejadian-kejadian-kejadian, dalam hal ini berbagai variasi mengenai keterlibatan dalam observasi atau tingkat partisipasi dipergunakan pada penelitian terhadap lingkungan sosial, antara lain sebagai berikut¹³⁷;

¹³⁷ Rosady Ruslan, *Op.cit.*, 2010, hal.36

a. *Participant Observation* (pengamatan Partisipasi)

Penelitian melakukan observasi dengan cara melibatkan diri atau menjadi bagian lingkungan sosial (organisasi) tengah diamati melalui teknis partisipasi dapat memperoleh data relative lebih akurat dan lebih banyak, karena peneliti secara langsung mengamati perilaku dan kejadian atau peristiwa dalam lingkungan sosial tertentu. Teknik pengamatan ini, biasanya digunakan untuk pengumpulan data dan informasi melalui kombinasi antara observasi langsung dan wawancara secara formal atau informal dalam waktu bersamaan.

b. *Nonparticipant Observation* (pengamatan nonpartisipasi)

Peneliti melakukan pengamatan nonpartisipan ini, melakukan observasi pengumpulan data dan informasi, tanpa melibatkan diri, atau tidak menjadi bagian dari lingkungan sosial/organisasi yang diamati. Cukup seorang peneliti duduk di ruangan tertentu (dengan memperoleh izin) dan sambil memperhatikan pihak *customer relation* (*service*), ketika jam kerja sibuk sedang melayani pelanggannya yang datang dan pergi. Kegiatan ini tentunya memerlukan waktu yang lebih banyak untuk mengamati terus menerus, karena jumlah pelanggan datang pergi cukup banyak yang sedang dilayani oleh staf *customer service*.

c. *Passive Observation* (Pengamatan Pasif)

Hampir sama dengan pengamatan nonpartisipasi, peneliti hadir dan tidak berinteraksi dengan pihak lainnya. Pengamat hanya bersikap pasif dalam mengamati dan hanya merekam data atau informasi apa yang sedang terjadi pada peristiwa tersebut tanpa diketahui pihak lain

d. *Active Participant Observation* (pengamatan aktif)

Sebaliknya, pengamat yang aktif memiliki peran dalam situasi lingkungan sosial tertentu. Seperti dilakukan ketika peneliti berada di ruangan pengadilan sebagai "spectator" tanpa diketahui orang lain, dalam suatu sidang tanpa diketahui orang lain, dalam suatu ruangan sidang pengadilan dengan mengamati tertuduh, pengacara, hakim, jaksa, dan *spectator* (pengunjung). Kemudian peneliti secara aktif melakukan wawancara dengan pihak orang-orang yang terlibat di dalam sidang pengadilan tersebut untuk memperoleh informasi dan data lebih lengkap.

e. *Moderat Observation* (pengamatan moderat)

Pengamatan moderat ini, apabila si peneliti mempertahankan adanya keseimbangan antara sebagai orang dalam (*inside*) dan pihak luar (*outsider*), atau berinteraksi antara pengamat dengan partisipan. Seperti yang dilakukan peneliti untuk mengamati suatu permainan tradisional tertentu,

sebagai pengamat membuat catatan-catatan tertulis atau rekaman video TV *recorder* di lapangan dan sekaligus ikut terlibat sebagai pemain dalam pertandingan tersebut.

Dalam konteks ilmu komunikasi, penelitian dengan metode pengamatan atau observasi (*observation research*) biasanya dilakukan untuk melacak secara sistematis dan langsung gejala-gejala komunikasi terkait dengan persoalan-persoalan sosial, politis, dan *cultural* masyarakat. Kata sistematis menunjuk pada **karakter**, seperti disarankan oleh Weick (1985) dan Lindlof (1995)¹³⁸ sebagai berikut;

- a. *Engages the phenomenon for a prolonged period of time (sustained)*. Peneliti mengamati gejala yang diteliti untuk waktu yang relatif lama dan terus menerus. Dalam hubungan ini kerap kali peneliti harus tinggal bersana di lokasi berbaur dengan masyarakat yang diteliti
- b. *Makes self-conscious and full, clearly expressed notations of how the observing is done (explicit)*. Peneliti memiliki kesadaran penuh terhadap gejala atau realitas yang diteliti, dan membuat catatan-catatan lapangan yang jelas mengenai bagaimana pengamatan berlangsung, apa yang ditemui, dan mengungkapkan kesan-kesan terhadap gejala yang diamati. Rekaman wawancara atau transkrip hasil

¹³⁸ Parwito, Op.cit, hal 111

- wawancara sangat penting bagi peneliti untuk nantinya dijadikan data otentik mengenai apa yang dikatakan oleh subjek penelitian: pandangan, penilaian, keinginan, dan perasaan-perasaan mereka.
- c. *Goes about observing activity in an alert manner that allow for tactical improvisation (methodological).* Peneliti terus menerus melakukan pengamatan secara seksama sambil berimprovisasi, mengatasi persoalan demi persoalan yang ditemui, mungkin dengan menggunakan taktik-taktik tertentu, namun tetap berpegang pada strategi-strategi yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan penelitian
- d. *Imparts attention in ways that are in some sense standardized yet individually trained (observing).* Peneliti sangat disarankan untuk senantiasa menyadari posisinya sebagai peneliti agar dapat bekerja secara objektif (dalam arti tidak menaruh kepentingan apapun dan dapat bekerja sesuai standar, kendatipun peneliti mungkin mengembangkan improvisasi-improvisasi tertentu atau bahkan apresiasi-apresiasi tertentu.
- e. *Textually constructs and edits the observing (paraphrasing).* Peneliti membuat konstruksi laporan, persoalan demi persoalan, dengan mengacu pada catatan lapangan. Konstruksi disini termasuk berupa kutipan tidak langsung (paraphrase) dari apa

yang dikemukakan subjek penelitian atau informasi yang menjadi pijakan peneliti dalam mengemukakan pandangan-pandangan (claims) mengenai gejala yang diteliti.

- f. *Embeds the observing in the interdependencies of place, actor, and activities (social situation)*. Peneliti menjalin data (yang terekam dalam catatan lapangan) dengan mengkaitkan dengan tempat, pelaku (*actor*) dan kegiatan-kegiatan
- g. *Differentiates the background elements of social situation that inform the object on which observing is focused (in relation to their naturally occurring contexts)*. Peneliti membedakan unsur-unsur latar belakang situasi sosial yang memberikan keterangan pada objek yang menjadi fokus penelitian sehingga pandangan atau penilaian yang dibuat oleh peneliti memiliki konteks yang jelas.

Dalam praktek penggunaannya, metode observasi dapat dibedakan menjadi beberapa jenis dengan tingkat keterlibatan peneliti dalam – atau terhadap – aktifitas serta proses-proses yang ada pada masyarakat yang diteliti. Ada dua jenis metode pengamatannya¹³⁹, yaitu; (a) observasi dengan ikut terlibat dalam kegiatan komunitas yang diteliti (*participant observation*), dan (b) observasi tidak terlibat (*nonparticipant observation*). Metode pengamatan ikut

¹³⁹ Parwito, Op.cit, hal 115

terlibat (*participants observation*) masih sering dibedakan lagi menjadi dua jenis dengan berdasarkan tingkat keterlibatan, yakni berpartisipasi secara aktif dan penuh (*total participant observation*), serta berpartisipasi aktif (*active participant observation*). Pada observasi pertama, peneliti aktif total dalam setiap proses dan aktifitas masyarakat yang diteliti dan bukan hanya sekedar tinggal bersama dan melakukan pengamatan. Peneliti dalam hubungan ini pada dasarnya menjadi bagian dan mengambil peran-peran tertentu dalam aktifitas serta proses-proses yang ada. Dalam hal ini penggunaan observasi aktif berlangsung relative lama. Kemudian pada jenis yang kedua (*active observation*), peneliti ikut ambil bagian sampai tingkat tertentu dalam kegiatan atau proses-proses penting di dalam masyarakat yang diteliti, disamping tinggal bersama dan melakukan pengamatan.

Pada observasi partisipasi, menurut Spradley (1980)¹⁴⁰, bahwa peneliti melakukan pengamatan mengenai aktifitas manusia, karakteristik fisik situasi sosial, dan bagaimana perasaan pada waktu menjadi bagian dari situasi tersebut. Selama di lapangan, peneliti melakukan observasi yang tidak tetap, yaitu mulai dari observasi deskriptif (*descriptive observation*) untuk menggambarkan secara umum situasi sosial dan apa yang terjadi? Kemudian melakukan catatan tertulis, merekam dan menganalisis data

¹⁴⁰ Rosady Ruslan, *Op.cit.*, 2010, hal.38

pertama, peneliti memfokuskan pengumpulan data secara observasi terfokus (*focused observation*), dan pada akhirnya dilakukan lebih banyak mengenai analisis melalui observasi secara berulang-ulang di lapangan. Selanjutnya peneliti menyempitkan lagi tentang penelitiannya dengan melakukan observasi selektif (*selective observation*), dan tetap terus melakukan observasi deskriptif dalam proses pengambilan data atau informasi, menganalisis hingga menariknya menjadi kesimpulan.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan menanyakan langsung kepada narasumber yang berkaitan dengan penelitian yang dianggap memiliki kapasitas kualitas informasi yang dibutuhkan peneliti. Wawancara yang dilakukan terhadap para pengunjung ziarah dan para pengantarnya diambil sampel yang dipandang menjadi representatif. Wawancara yang dilakukan merupakan sebuah proses tanya jawab langsung antara peneliti dan objek penelitian, mendengarkan secara langsung informasi-informasi yang diberikan. Agar siapa yang diwawancara bisa mengeksplorasi apa yang terjadi, penelitian ini lebih mendasarkan diri pada alasan atau pertimbangan-pertimbangan tertentu (*purposeful selection*) sesuai dengan tujuan penelitian.

Oleh karena itu, sifat metode sampling dari penelitian kualitatif pada hakekatnya adalah *purposive sampling*. Akar persoalan krusial dari teknik sampling dalam penelitian komunikasi kualitatif terletak pada persoalan bagaimana mungkin memperoleh data atau informasi yang akurat dan memadai dari orang-orang yang sesungguhnya tidak mengetahui atau tidak hanya sedikit saja mengetahui persoalan-persoalan yang diteliti.¹⁴¹

3. Kajian Pustaka

Teknik ini digunakan untuk memperkuat referensi dan perspektif terhadap tema yang sedang diteliti. Kajian pustaka merupakan teknik analisis literatur dan kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian.

C. Tehnik Analisa Data

Analisis data yang akan digunakan adalah analisis kualitatif yang dilakukan melalui multi level analisis (*multi level analysis*) dan analisis historis-holistik. Hal ini didasarkan atas tiga pertimbangan utama. *Pertama*, metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan gejala yang kompleks. *Kedua*, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan informan.

¹⁴¹ Idem, Hal 89

Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.¹⁴²

Analisis terhadap data kualitatif merupakan sumber data yang luas dan berlandaskan kokoh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat. Penggunaan data kualitatif diharapkan dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebab-akibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat, dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat.¹⁴³

Analisis data pada penelitian komunikasi kualitatif pada dasarnya dikembangkan dengan maksud hendak memberikan makna (*making sense of*) terhadap data, menafsirkan (*interpreting*), atau mentransformasikan (*transforming*) data ke dalam bentuk-bentuk narasi yang kemudian mengarah pada temuan yang bernuansakan proposisi-proposisi ilmiah (*thesis*) yang pada akhirnya sampai pada kesimpulan-kesimpulan final. Penelitian

¹⁴²Lexy j. Moleong, *Op.Cit.* hlm 4

¹⁴³Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis data Kualitatif*, (Jakarta: UI-Press, 1992) hlm. 1-2. Lihat juga uraian secara rinci dan jelas tentang berbagai paradigma ilmu pengetahuan, pendekatan penelitian dan perbandingan model analisis kualitatif dan kuantitatif dalam Dedy Nur Hidayat, *Metode Penelitian Kualitatif* (kumpulan Bahan kuliah), (Jakarta: PPS UI, 2003).

komunikasi kualitatif ini bertujuan untuk mengemukakan gambaran atau memberikan pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa sehubungan dengan realitas atau gejala komunikasi yang diteliti.¹⁴⁴

¹⁴⁴ Pawito, *Of.cit*, hal 101

BAB IV

PEMAKNAAN ZIARAH DI MASJID AGUNG BANTEN SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI TRANSEDENTAL

A. Sejarah Masjid Agung Banten

Masjid Agung Banten adalah salah satu masjid tertua di Indonesia yang penuh dengan nilai sejarah. Setiap harinya masjid ini ramai dikunjungi para peziarah yang datang tidak hanya dari Banten dan Jawa Barat, tapi juga dari berbagai daerah di Pulau Jawa. Masjid ini dikenali dari bentuk menaranya yang sangat mirip dengan bentuk sebuah bangunan mercusuar. Masjid ini dibangun pertama kali oleh Sultan Maulana Hasanuddin (1552-1570), sultan pertama dari Kesultanan Banten. Ia adalah putra pertama dari Sunan Gunung Jati.¹⁴⁵

Masjid Agung Banten terletak di Desa Banten Lama, tepatnya di desa Banten, sekitar 10 km sebelah utara Kota Serang. Akses ke lokasi dapat dituju dengan kendaraan pribadi atau kendaraan umum. Dari terminal Terminal Pakupatan, Serang menggunakan bis jurusan Banten Lama atau mencarter mobil angkutan kota menuju lokasi selama lebih kurang setengah jam. Salah satu kekhasan yang tampak dari masjid ini adalah atap bangunan utama yang bertumpuk lima, mirip pagoda China yang juga merupakan karya arsitek

¹⁴⁵ <https://id.wikipedia.org>

Cina yang bernama *Tjek Ban Tjut*. Dua buah serambi yang dibangun kemudian menjadi pelengkap di sisi utara dan selatan bangunan utama.¹⁴⁶

Masjid Agung Banten juga memiliki paviliun tambahan yang terletak di sisi selatan bangunan inti Masjid ini. Paviliun dua lantai ini dinamakan *Tiyamah*. Berbentuk persegi panjang dengan gaya arsitektur Belanda kuno, bangunan ini dirancang oleh seorang arsitek Belanda bernama *Hendick Lucasz Cardeel*. Selain pavilion di masjid ini juga terdapat kompleks pemakaman sultan-sultan Banten serta keluarganya. Yaitu makam Sultan Maulana Hasanuddin dan istrinya, Sultan Ageng Tirtayasa, dan Sultan Abu Nasir Abdul Qohhar. Sementara di sisi utara serambi selatan terdapat makam Sultan Maulana Muhammad dan Sultan Zainul Abidin, dan lainnya. Lokasi makam keluarga Sultan Hasanudin berada komplek Masjid Agung Banten Lama yang terletak sekitar 10 kilometer di sebelah utara Kota Serang.¹⁴⁷

Menurut mantan staf Balai Pelestarian Peninggalan Purbakala Serang, Muhammad Al-Hatta Kurdie¹⁴⁸, atap Masjid Agung propinsi Banten ini mengisyaratkan rukun Islam itu ada lima, yakni syahadat, shalat, zakat, puasa, dan haji. Begitu pula dengan shalat wajib, juga ada lima, yang

¹⁴⁶ <https://id.wikipedia.org>,

¹⁴⁷ *ibid*

¹⁴⁸ <http://www.republika.co.id/>

harus dikerjakan setiap umat Islam, yakni Subuh, Zuhur, Ashar, Maghrib, dan Isya. Lalu menurut Hatta, Masjid Agung propinsi Banten memiliki beberapa keunikan, yaitu; banyaknya tiang penyangga atap yang berjumlah 24 tiang penyangga yang berbentuk segi delapan. Tiang penyangga yang berjumlah 24 tiang itu merupakan simbol waktu dalam sehari, yakni 24 jam. Sementara itu, angka tiga merupakan simbol dari ibadah, ma'isyah, dan istirahat. Jadi, pesan yang disampaikan adalah agar umat Islam bisa memanfaatkan waktu seadil-adilnya untuk ketiga hal tersebut, yang masing-masing memiliki alokasi waktu sebanyak 8 jam. Ada waktu untuk beribadah, waktu untuk bekerja, dan waktu untuk mencari penghidupan, serta waktu istirahat, atau tidur, jelasnya.

Sementara untuk mencapai ujung menara yang berbentuk bangunan mercusuar ada 83 buah anak tangga yang harus ditapaki dan yang melewati lorong, yang hanya dapat ditempuh oleh satu orang. Dari atas menara ini akan terlihat pemandangan di sekitar masjid dan perairan lepas pantai. Sebab, jarak antara menara dengan laut hanya sekitar 1,5 km. Dahulu, selain digunakan sebagai tempat mengumandangkan azan, menara ini juga digunakan sebagai tempat menyimpan senjata. Masjid banten ini juga memiliki pintu yang unik. Pintu masuk masjid di sisi depan berjumlah enam buah yang melambangkan rukun Iman. Enam pintu itu dibuat pendek. Tujuannya, agar setiap jamaah senantiasa

merendahkan diri di hadapan Allah SWT, serta menanggalkan segala bentuk keangkuhan. Di dalam masjid juga terdapat mimbar yang besar dan antik penuh hiasan dan warna. Beberapa kalangan mengatakan, tempat khutbah ini merupakan wakaf Nyai Haji Irad Jonjang Serang pada 23 Syawal 1323 Hijriyah (1903 Masehi), sebagaimana tertulis dalam huruf Arab gundul pada lengkung bagian atas muka mimbar.

Bentuk bangunan dengan semua keunikannya tidak lepas dari sentuhan ekspresi spiritual Sultan Maulana Hasanudin yang menjadikan bangunan Mesjid tidak semata-mata tempat menjalankan ibadah sholat, tetapi sekaligus merupakan media syiar Islam agar manusia tetap mengingat ajaran-ajaran kebaikan yang terdapat dalam agama Islam.

B. Pemaknaan Ziarah sebagai Bentuk Komunikasi Transedental

Ziarah kubur yang dilakukan hampir sebagian besar umat Islam di Indonesia merupakan kebiasaan atau adat istiadat yang sudah lama dilakukan. Mulai dari ziarah kubur terhadap makam kuburan orang tua, sodara, leluhur, tokoh-tokoh terkenal yang berjasa bagi negara, serta ziarah terhadap tokoh-tokoh ulama atau tokoh sejarah yang telah berjasa menyebarkan agama Islam di nusantara.

Fenomena maraknya ziarah merupakan bagian dari fenomena ketika manusia mengalami proses teralienisasi dari

dirinya sendiri. Manusia terlalu mengagung-agungkan modernitas, sekularisme dan mengabaikan ajaran-ajaran agama. Manusia modern pun kehilangan panutan. Akibatnya manusia keluar dari jati dirinya sebagai sosial yang membutuhkan sandaran yang sifatnya vertikal ke-Tuhanan maupun sandaran kebutuhan *sosial-psikologis* sesama manusia. Lebih-lebih manusia membutuhkan komunikasi batin dengan kekuatan yang Maha sebagai media untuk menumpahkan dan mengkomunikasikan semua beban psikologis dan persoalan-persoalan lanjutan sebagai dampak terjadinya modernisasi. Manusia membutuhkan perenungan untuk membuka kembali memori dan mempelajari sosok-sosok "orang-orang besar" dan taat beragama yang telah berjasa dalam memajukan sebuah wilayah sekaligus menyiarkan pesan-pesan moral keagamaan lewat ajaran-ajaran agama Islam.

Menyoroti krisis spiritualitas yang diderita manusia modern itu, Sayyid Husen Nasr¹⁴⁹ mengajukan tiga alternatif pemecahan. **Pertama**, penataan *system logic* dalam tradisi berpikir yang mengakui adanya kebenaran abadi. **Kedua**, merekonstruksi tradisi pemikiran klasik Islam, termasuk didalamnya khasazah kekayaan spiritual pemikiran Timur, **Ketiga**, menjadikan sufisme sebagai tawaran alternative krisis spiritual.

¹⁴⁹ -----, *Jejak Para Wali dan Ziarah Spiritual, Op.cit*, hal 24

Dalam konteks fenomena maraknya ziarah akhir-akhir ini adalah dalam bingkai inilah kegiatan ziarah kubur mendapatkan tempatnya. Sebab, dalam melakoni hidup, seringkali manusia berhadapan dengan berbagai kendala masalah yang pelik yang menjadikan rasionalitas mereka tidak berdaya, sehingga menimbulkan kecemasan, ketakutan dan ketidaktenangan. Dalam kondisi penuh tekanan demikian, manusia bisa tergelincir dalam perbuatan yang nista. Manusia membutuhkan ketenangan dan rongga spiritualitasnya terisi.

Manusia sesungguhnya paling takut menghadapi dalam kesendirian ujian maut yang menandai ajalnya. Untuk membantunya melangkahi batas yang penuh bahaya antara hidup dan mati itu, dia mengandalkan orang yang telah mendahuluinya – yang dianggap memegang kunci rahasia agung itu. Adalah para wali, yang telah berhasil mengatasi segala kendala dan mencapai dunia seberang dengan baik, memiliki syarat yang dibutuhkan untuk mengambil alih fungsi para leluhur. Para wali sufi mempunyai garis keturunan tersendiri, yang khas kareng bersifat spiritual, dan yang menghubungkan masing-masing dari mereka itu dengan Nabi. Setiap wali, sebagai pewaris Nabi, dapat menjadi leluhur baru, yang tidak kurang benar-palsunya daripada yang lain, buat suatu marga, satu desa, satu daerah atau bahkan satu bangsa. Kentara sekali di banyak tempat di dunia

Islam, betapa mudahnya para Wali mengambil alih peran para leluhur sebagai junjungan masyarakat.¹⁵⁰

Makam wali menurut Henri Chambert-Loit & Claude Guillot,¹⁵¹ adalah kawasan damai ditengah keributan dunia. Bukan sekedar tempat suci, melainkan juga tempat hidup diluar masyarakat biasa. Sering sang Wali telah menanam pohon atau menciptakan mata air, kadangkala ada binatang. Makam wali adalah tempat pelarian, tempat orang merasa bebas dari berbagai paksaan dan tekanan, dan sempat merenungkan nasibnya, juga tempat berlindung sebentar untuk bermacam orang pinggiran; pengemis, orang cacat badan atau jiwa, pengelana, buronan, dan sebagainya., Di tempat suci itu, perbedaaan sosial mengabur dan hubungan antarmanusia berlangsung dalam suasana kemurahan hati dan persaudaraan.

Namun demikian soal siapa tokoh yang dipandang *signifikan* bisa disebut wali dan menjadi acuan moral atas perjuangannya di masa hidupnya, Henri Chambert-Loit & Claude Guillot berpendapat bahwa apa sesungguhnya pengertian seorang wali? Bagaimana menanggapi karomah (karamat) yang konon dilakukan mereka? Apakah para wali diberkahi dengan pengetahuan supranatural? Apakah mereka, baik semasa hidup maupun setelah wafat, dapat berfungsi

¹⁵⁰ Henri Chambert-Loit & Claude Guillot, *Ziarah dan Wali Di Dunia Islam*, PT Serambil Ilmu Pengetahuan, 2007, hal12

¹⁵¹ Ibid

sebagai perantara umat dengan Allah Swt? Apakah penghormatan mereka diperbolehkan, dan jika demikian halnya, apa saja batas-batas ritus yang diijinkan?

Adalah kegiatan berziarah yang *notabene* didalamnya terdiri dari kegiatan melakukan *dzikrullah* yaitu membaca bacaan tahlil, tahmid dan tasbih (*subhanallah*) dipandang para peziarah akan mendapatkan ketenangan. Dalam berziarah ini, para peziarah biasanya datang berombongan sesama warga satu kampung, anggota jamaah pengajian atau komunitas lainnya. Ziarah kubur yang diteliti dalam kegiatan penelitian kualitatif ini adalah ziarah kubur yang dilakukan masyarakat ke makam yang berada di Mesjid Agung, Propinsi Banten.

Dari wawancara yang dilakukan baik terhadap mereka yang pernah membawa dan memimpin rombongan jamaah, para muzawir (pengantar) dan membantu memimpin doa selama ziarah di lokasi dan wawancara terhadap para pengunjung, penulis mendapatkan gambaran bagaimana situasi simbolik proses mereka melakukan tradisi ziarah, apa produk interaksi sosial ziarah selama melakukan ziarah dan bagaimana interpretasi ziarah yang mereka lakukan. Ketiga pertanyaan penelitian itu dikaitkan untuk menjawab apakah kegiatan ziarah itu bisa menjadi media yang signifikan sebagai media komunikasi transedental kepada Tuhan Yang Maha Kuasa ketika manusia mengalami proses keterasingan, proses kefrustasian, apatis, serta membutuhkan pegangan dan

rekam jejak suri teladan atau berkah dari makam-makam Kesultanan Banten yang berada di lingkungan Masjid Agung, Propinsi Banten.

Dari observasi, wawancara dan studi literatur yang telah dilakukan pada intinya bisa kita eksplorasi, yaitu; *Pertama*, bagaimana situasi simbolik saat melakukan ziarah, *Kedua* apa dan bagaimana produk interaksi sosial ziarah, dan *Ketiga* bagaimana interpretasikan kegiatan ziarah tersebut.

Pertama, secara simbolik komunikasi transedental para peziarah melakukan komunikasi dengan Allah Swt dilakukan dengan membaca wirid-wirid yang secara prosedural dipimpin oleh pimpinan rombongan peziarah atau jika datang sendiri-sendiri atau berkelompok kecil mereka akan meminta pihak pengelola makam Sultan Maulana Hasanudin atau Muzawir untuk memimpin mereka melakukan ziarah. Adapun prosedur simbolik mereka melakukan doa biasanya secara berjamaah dipimpin rombongan atau muzawir yang melakukah doa-doa tahlil di depan sekitar makam Sultan Maulana Hasanudin. Acara dimulai ketika pimpinan rombongan/muzawir mengucapkan salam kepada para arwah yang dimakamkan begitu sudah di depan makam. Tidak ketinggalan pihak pengelola makam juga menawarkan air dari sumur yang seringkali disebut air zam-zam baik untuk dibawa pulang yang sebelumnya disimpan untuk didoakan selama wirid.

Redaksi salam ini diajarkan secara khusus oleh Nabi Muhammad SAW, sebagai diriwayatkan dalam Shahih Muslim¹⁵², yang berbunyi; “ *Assalamu ‘alaikum ahladddiyari minal mu’minina wal muslimina wa inna insya Allahu Lachiquna, as-alullaha lana wa lakumul ‘afiyah.* Ada lagi petikan salam yang berbeda yang berasal dari KH. Arwani Amin (alm)¹⁵³, seorang kyai Karismatik dari Kudus yang berbunyi sebagai berikut; “ *Assalamu ya waliyyallahi Shachibal karamati ji’naka zairriina wa ‘ala maqamika waqifina, auda’na ‘indaka syahadata alla ilaha illallahu wa anna Muhammadar Rasulullahi.* Secara umum acara simbolik ini kemudian dilanjutkan dengan membaca shalawat, tahlil, dan surat Yasin, kemudian diakhiri dengan membacakan doa di hadapan makam. Adapun bacaan tahlil sendiri terdiri dari surat Ikhlas, surat al-falaq, surat al-Naas, surat al-Fatihah, lima ayat pertama dan ayat terakhir surat Al-Baqarah, ayat Kursi, sholawat, tahlil, istighfar, dan tasbih. Keseluruhan yang dibaca peziarah tersebut pada hakikatnya adalah bacaan dzikir, yaitu proses penyucian diri dengan merendahkan diri dihadapan Allah SWT, dan membersihkan hati dari kotoran hasrat yang jelek, seperti sombong, serakah, iri, serta suka berdusta.

Setelah tahlil yang dilakukan berjamaah, kemudian ketua rombongan atau muzawir memberikan kesempatan

¹⁵² -----, *Jejak Para Wali dan Ziarah Spiritual, Op.cit*, hal 27

¹⁵³ -----, *Jejak Para Wali dan Ziarah Spiritual, Op.cit*, hal 28

pada jamaahnya untuk berdzikir secara individual agar dapat membaca wirid-wirid tertentu yang dimilikinya secara lebih khusyu'.¹⁵⁴ Pentingnya khusyu'disebutkan bahwa dalam tradisi sufi disebutkan ada lima hal yang diperlukan dalam berdzikir, yaitu;

Pertama, hendaklah ia membayangkan cahaya wali dan Rasul pada saat dzikir *al-khayali*. Dengan diiringi rasa rendah hati terhadap sesuatu yang dijadikan objek dzikir, ia berharap agar dikarunia syafaat (pertolongan di hari kiamat). Merupakan bentuk penghormatan kita kepada sesepuh atau para pejuang kita yang syariat sudah membawa Islam ke bumi Indonesia, dan hormat takdim khusus kepada Sultan Maulana Hasanudin meng-Islamkan nusantara sekaligus kita bisa *tabarukan* atau mengambil berkah, *tawashulan* (mendekatkan diri pada Allah Swt lewat perantara dan dzikir),

Kedua, membaca wirid. Dengan wirid orang yang tertutup hatinya, memiliki hati yang hitam, para pecinta dunia, dan orang-orang yang terpolusi oleh godaan duniawi, akan terbuka mata hatinya. Wirid merupakan sarana praktis untuk melakukan latihan-latihan rohani, sebab pengulangan bacaan dalam wirid akan menumbuhkan konsentrasi. Konsentrasi merupakan upaya untuk memusatkan dinamika arus kesadaran pada suatu titik yang dikehendaki, dengan sejauh mungkin mengendalikan muatan kesadaran lainnya.

¹⁵⁴ -----, *Jejak Para Wali dan Ziarah Spiritual, Op.cit*, hal 29

Ketiga, Munajat, yaitu menunjukkan sesuatu yang tersembunyi dalam hati dan batin manusia, dan menampakkan masalah-masalah yang tersembunyi dengan berbicara. Munajat merupakan sarana terbaik untuk memperoleh keterikatan, dan mewujudkan konsentrasi penuh, serta menghilangkan tabir antara dan Allah.

Keempat, untuk berdzikir, hendaklah menyertakan alam pikiran yang merupakan manifestasi spiritualitas. Banyak hakikat-hakikat yang tidak dapat dicapai dengan ibadah mahdlah, namun menjadi jelas dan tersingkap melalui pemikiran, yang dilakukan dengan konsentrasi khusus, dan dengan kejernihan hati.

Kelima, menjaga kesimbangan. Dengan melaksanakan dzikir secara teratur, baik bacaan maupun waktunya, akan memberikan dampak yang luar biasa bagi perubahan rohani para peziarah.

Setelah selesai melakukan dzikir di makam, aktivitas para peziarah selanjutnya ada yang mengambil air yang disebut juga air zam-zam yang berasal dari sumur dekat makam, dan mereka kemudian melihat-lihat bangunan bersejarah, bangunan mesjid agung, bedug, dan lainnya yang merupakan peninggalan kerajaan Banten. Tidak lupa pula biasanya peziarah membeli oleh-oleh berupa souvenir yang disediakan oleh para pedagang yang berada di sekitar lokasi tempat ziarah.

Kedua, Produk interaksi sosial peziarah bisa berupa air zam-zam dari sumur dekat makam Sultan Maulana Hasanudin, dulu kemenyan sekarang semacam setinggi yang dibakar, dan kadang peziarah membawa bunga atau kembang-kembang. Produk interaksi sosial peziarah ini menjadi media yang membudaya disamping telah menjadi kepercayaan dimana media ini “ikut andil” dalam memperkuat jalinan komunikasi antara manusia dengan Allah Swt. Lebih-lebih media air zam-zam yang mereka bawa diyakini merupakan produk interaksi sosial peziarah yang mempunyai khasiat untuk mengobati penyakit-penyakit manusia jika diminum. Keyakinan ini dilandasi pemikiran bahwa air zam-zam yang mereka bawa telah banyak mendapatkan doa-doa dari setiap pengunjung yang datang.

Ketiga, Interpretasi kegiatan ziarah sebagai media komunikasi transedental, diantaranya dapat diinterpretasikan baik menurut temuan di lapangan maupun studi literatur, yaitu maknanya adalah;

1. Kegiatan ziarah adalah bentuk upaya mempelajari sejarah perjuangan tokoh-tokoh kesultanan Banten yang mengelola nilai-nilai kesabaran, keikhlasan dan keberhasilannya dalam rangka memperjuangkan dan penyebaran agama Islam,
2. Mendoakan mereka dengan membaca hadoroh, tahlil, dan doa, keempat menjadikan kegiatan ziarah sebagai bagian

- dakwah memberikan nasehat yg tepat buat orang-orang yang masih hidup,
3. Sebagai kegiatan untuk mendapatkan berkah lewat konsep tawasul (*mediasi*). Dari paham keagamaan seperti ini, maka dalam dimensi sosial, orang-orang suci yang makamnya berada di Mesjid Agung Propinsi Banten dipresentasikan sebagai tokoh yang berjasa dan dinilai dekat dengan Tuhannya dan karena itu mereka lebih didengarkan atau dikabulkan permohonannya. Logika "keagamaan"¹⁵⁵ ini menjadi alasan bagi umat Islam untuk memposisikan mereka, khususnya para Nabi, dan para wali sebagai mutawasul (*mediator*) dalam berbagai kegiatan atau upacara "keagamaan". Meskipun masih seringkali pro kontra di masyarakat, kegiatan tawasul selama ziarah ini masih sering menghiasi kegiatan-kegiatan ziarah.
 4. Menjalankan ibadah sunnah Nabi Muhammad SAW yang sudah menjadi tradisi ritual turun temurun, sebagaimana dianjurkan oleh Nabi Muhammad SAW,
 5. Perwujudan ekspresi syukur dan harapan atas apa yang telah diraih dan rencana-rencana yang akan dilakukan dengan harapan dilancarkan prosesnya lewat proses mendapatkan berkah dari kegiatan ziarah tersebut. Apalagi diantara para peziarah ada yang pernah nadzar

¹⁵⁵ -----, *Jejak Para Wali dan Ziarah Spiritual*, *Op.cit*, hal 21

- sebelumnya jika suatu pencapaian telah tercapai, mereka akan melakukan ziarah ke Makam Sultan Hasanudin,
6. Selain sisi positif, ada pemaknaan lain yang kerap kali disalahartikan para pengunjung ketika mereka melakukan proses "meminta" kepada arwah Sultan Maulana Hasanudin yang telah meninggal untuk mencapai kesuksesan, sehingga dikhawatirkan bisa terjebak pada kegiatan musyrik, menuhankan selain Allah Swt. Oleh karena itu peran seorang pemimpin rombongan ziarah dan muzawir yang akan nanti memandu proses ziarah amat penting perannya, sehingga tujuan ziarah tetap lurus sesuai dengan tujuan yang mulia sejak awal.
 7. Diharapkan dengan melakukan ziarah, figur Rasul, para Wali dan khususnya keteladanan Sultan Maulana Hasanudin menjadi proyeksi hidup dalam menjalani kehidupan peziarah. Figur-figur ini akan memberikan keteladanan dan semangat untuk melaksanakan perintah Tuhan
 8. Interpretasi soal waktu ziarah juga menjadi pertimbangan para peziarah. Mereka akan datang ke tempat ziarah biasanya secara rombongan pada waktu bulan Maulud Nabi, setelah lebaran hari raya Idul Fitri, hari raya Idul Adha, menjelang puasa, malam Jumat dan hari Minggu. Kalau malam jumat mulai ramai sekitar pukul semibilan malam sampai 12 malam.

9. Kegiatan ziarah merupakan bentuk simbol **Komunikasi Transedental** manusia dengan Allah Swt dimana medianya simbol pesan-pesannya adalah lewat untaian doa-doa atau wirid yang dibacakan dengan medianya kegiatan ziarah di makam para tokoh pemimpin dan tokoh agama yang berjasa terhadap perkembangan siar ajaran agama Islam. Serta pesan-pesan harapan dan ucapan rasa syukur atas apa yang telah dicapai maupun yang akan direncanakan.
10. Kegiatan ziarah merupakan **Fungsi Komunikasi ekspresif** yang secara otomatis tidak saja bertujuan mempengaruhi orang lain yang terlibat dalam komunikasi yang penuh penghayatan. Doa atau wirid dalam ziarah ini disampaikan dengan penuh perasaan dan konsentrasi yang tinggi yang mengekspresikan apa yang dirasakan dan diinginkan oleh peziarah.
11. Kegiatan ziarah merupakan **Fungsi Komunikasi ritual** yang tidak hanya berurusan dengan tradisi atau budaya, tetapi menjadi Fungsi Komunikasi Ritual yang sangat ekspresif manakala mereka mengirimkan pesan-pesannya lewat narasi wirid dan doa dengan penuh penghayatan dan konsentrasi tinggi. Lebih-lebih ketika wirid yang mengandung pesan-pesan spiritual disampaikan di tempat para leluhur tokoh-tokoh yang berjasa dalam penyebaran ajaran Islam.

12. Kegiatan wirid dan doa yang disampaikan dilakukan baik secara pribadi-pribadi maupun dipimpin oleh seorang **Komunikator** yang dipandang kredibel, berakhlaq mulia, dan mempunyai kecerdasan. Komunikator yang memimpin rombongan ziarah biasanya para ustadz, kyai, kuncen, atau penunggu makam/muzawir yang dipercayai para peziarah menguasai bagaimana melakukan prosesi ziarah yang biasa dilakukan. Adapun komunikator pribadi-pribadi peziarah biasanya mereka melakukan komunikasi pribadi dengan dirinya sendiri yang kemudian disampaikan kepada Allah Swt

13. **Komunikasikan** dalam proses ziarah adalah dzat pencipta alam, yaitu Allah Swt yang diharapkan dapat memberikan "jawaban", memberikan ketenangan, kebahagiaan, dan kepuasan lahir dan batin manakala setelah melakukan komunikasi transedental

14. Kegiatan ziarah mengandung **semiotika** atau tanda berupa simbol komunikasi yang terdiri dari pesan-pesan khusus lewat doa atau wirid yang disampaikan oleh seorang komunikator baik yang dipimpin maupun sendiri-sendiri. Pesan-pesan semiotika yang terdapat dalam wirid dan doa selama ziarah pada intinya berisikan pesan-pesan moral menuju kehidupan yang baik, mengagungkan Allah Swt dan merendahkan posisi manusia dihadapan Allah Swt sebagai bentuk ungkapan perasaan yang ekspresif dan penuh harapan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Fenomena ziarah yang dilakukan umat Islam adalah menjadi fenomena **komunikasi transedental** yang dilakukan manusia sebagai komunikator terhadap Tuhan Yang Maha Kuasa sebagai komunikan. Agar pesan-pesan yang disampaikan lewat doa-doa dan wirid dipandang bisa "sampai" maka seorang komunikator adalah mereka yang mempunyai unsur mempunyai kredibilitas, akhlaq mulia dan kecerdasan wawasan keilmuan. Dan kegiatan ziarah dilakukan di tempat-tempat makam yang telah berjasa baik karena sifat kebaikan dalam mengelola kebijakan publik pemerintahan dan tokoh keagamaan.

Pendekatan ketokohan ini dipandang untuk lebih mengurangi distorsi pesan akibat gangguan lingkungan tempat dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada Allah Swt. Sehingga pesan berupa wirid dan doa-doa harapan para peziarah dapat "diterima" Allah Swt sekaligus mengabdikan dalam bentuk indikasi-indikasi pencapaian kesuksesan yang akan diraih dan pernah diraih dalam kehidupan peziarah. Kebesaran dan ketokohan makam yang didatangi itu yang kemudian menjadi penarik bagi sebagian besar umat Islam untuk melakukan ziarah terhadap makam-makam tokoh besar tersebut disamping landasan teologis

keagamaan dimana Nabi Muhammad menganjurkan kegiatan ziarah ini.

Kepercayaan atas kebesaran dan jasa-jasa terhadap mereka dipercayai masyarakat menjadi media perantara (*tawasul*) yang dipandang akan memberikan berkah dan kelancaran manakala mereka melakukan komunikasi transedental lewat pesan-pesan doa atau wirid yang dilakukan di tempat makam tersebut. Kepercayaan itulah yang menjadi magnet masyarakat berdatangan melakukan ziarah sekaligus menghormati, dan menafakuri keteladanan hidup para tokoh-tokoh tersebut.

Maka kegiatan ziarah adalah bentuk *fungsi komunikasi ritual, komunikasi ekspresif* antara manusia dengan Allah Swt lewat transmisi medianya adalah doa dan wirid yang dilakukan. Melakukan wirid di tempat makam tokoh-tokoh yang berjasa dalam pengembangan dan penyebaran agama Islam dipandang bisa "melancarkan" dan mengurangi distorsi gangguan komunikasi karena faktor lingkungan atau faktor media komunikasinya dalam menyampaikan pesan-pesan yang disampaikan lewat doa yang penuh konsentrasi.

Namun demikian ada beberapa saran penelitian kualitatif lanjutan dari penelitian ini sehubungan dengan temuan-temuan di lapangan yang perlu diperdalam yang berhubungan dengan kajian *semiotika* yang berhubungan dengan kepercayaan soal *tawasul*, soal makam-makam

karamat yang bisa mendatangkan berkah, soal ketokohan makam yang didatangi dan batasan-batasan ritual yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan. Serta kajian lanjutan penelitian komunikasi transedental yang berhubungan dengan kajian mazhab proses dimana fokus kajian menitikberatkan pada kajian mengapa pesan bisa tersampaikan dan terkabulkan. Lalu apa indikator pesan telah sampai dan terkabulkan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Arni Muhammad, Dr., *Komunikasi Organisasi*, Bumi Akasara, 1989
- A Muis, *Komunikasi Islam*, PT Remaja Rosda Karya, 2001, hal 5
- Acep Aripudin, *Dakwah Antarbudaya*, PT Remaja Rosda Karya, 2012,
- Agus Salim (Penyunting), *Teori dan Paradigma sosial dari Denzin Guba dan penerapannya*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2001)
- Albert Wijaya dan Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1990)
- Alo Liliweri, Prof., Dr., M.S., *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Kendana Prenada Media Group, 2011
- Anwar Arifin, *Komunikasi Politik, Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, Graha Ilmu, 2011
- Burhan Bungin, Prof. Dr., S.Sos., M.Si., *Penelitian Kualitatif*, Prenada Media Group, 2011
- Deddy Mulyana, *Komunikasi Politik, Membedah Visi dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*, PT Remaja Rosda Karya, 2013
- Deddy Mulyana, Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT Remaja Rosda, 2007
- Dedy Nur Hidayat, Dr., M.Si., *Pengantar Komunikasi Massa*, PT Rajagrafindo Persada, 2009

- Edi Santoso, Mite Setiansah, *Teori Komunikasi*, Graha Ilmu, 2010
- Eko Harry Susanto, *Komunikasi Politik: Pesan, Kepemimpinan, dan Khalayak*, Mitra Wacana Media, 2002
- Ellys Lestari Pambuyan, *Communication Quotient, Kecerdasan Komunikasi Dalam Pendekatan Emosional dan Spiritual*, PT Remaja Rosda Karya, 2012
- Engkus Kuswarno, Prof., Dr., M.S., *Metode Penelitian Komunikasi, Etnografi Komunikasi, Suatu Pengantar can contoh Penelitiannya*, Widya Padjadjaran, 2008
- Fajar Junaedi, *Komunikasi Politik, Teori, Aplikasi, dan Strategi di Indonesia*, Buku Litera Yogyakarta, 2013
- Fajar Junaedi, *Komunikasi Politik, Teori, Aplikasi, dan Strategi di Indonesia*, Buku Litera Yogyakarta, 2013
- Gun Gun Heryanto, M.Si., *Dinamika Komunikasi Politik*, PT Lasswell Visitama, 2011,
- Hafied Cangara, Prof., M.Sc., Ph.D., *Komunikasi Politik, Konsep, Teori dan Strategi*, Edisi Revisi 2011, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011
- Hafied Cangara, Prof., M.Sc., Ph.D., *Pengantar Ilmu Komunikasi*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2000
- Henri Chambert-Loit & Claude Guillot, *Ziarah dan Wali Di Dunia Islam*, PT Serambil Ilmu Pengetahuan, 2007,
- Indiwan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi, Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, Mitra Wacana Media, 2011

- John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Ketiga*, Rajagrafindo Persada, 2012, hal 3
- Lexi Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000)
- Mardalis, Drs., *Metode Penelitian, Suatu Pendekatan Proposal*
- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis data Kualitatif*, (Jakarta: UI-Press, 1992) hlm. 1-2. Lihat juga uraian secara rinci dan jelas tentang berbagai paradigma ilmu pengetahuan, pendekatan penelitian dan perbandingan model analisis kualitatif dan kuantitatif dalam Dedy Nur Hidayat, *Metode Penelitian Kualitatif* (kumpulan Bahan kuliah), (Jakarta: PPS UI, 2003).
- Mon. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988)
- Morissan, M.A., Andy Corry Wardhany, M.Si., *Teori Komunikasi*, Ghalia Indonesia, 2009
- Muhammad Mufid, M.Si., *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Prenada Media
- Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ar-Ruzz Media, 2010
- Nurani Soyomukti, *Komunikasi Politik, Kudeta Politik Media, Analisa Komunikasi Rakyat dan Penguasa*, Intrans Publishing, 2013,
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti,
- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, LKis, 2007
- Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, Graha Ilmu, 2009

- Rosady Ruslan, S.H., M.M., *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010
- 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.
- Sumadi Suryabrata, Drs., BA., M.A., Ed.S., Ph.D., *Metodologi Penelitian*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 1983
- Suranto, *Komunikasi Interpersonal*, Graha Ilmu, 2011
- Pierre Levy, *Cyberculture*, Paris: Editions Odile Jacob, 1997
- Werner J. Severin – James W. Tankard., Jr., *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan, di dalam Media Massa*, 201, Prenada Media Group, 2013
- *Jejak Para Wali dan Ziarah Spiritual*, PT Kompas Media Nusantara, 2006

Sumber Internet :

<http://www.republika.co.id/>

<https://id.wikipedia.org>,

LAMPIRAN : HASIL WAWANCARA

Berikut adalah petikan wawancara yang peneliti lakukan terhadap sumber questioner di lapangan.

1. **Wawancara Ustad Dede Kholid** (Pemimpin Rombongan Peziarah asal Kabupaten Majalengka), Senin, 27 September 2015.

Menurut Ustadz Kholid tujuan ziarah ke makam Sultan Maulana Hasanudin, adalah berangkat dari niat utamanya; *Pertama*, merupakan bentuk penghormatan kita kepada sesepuh atau para pejuang kita yang syariat sudah membawa Islam ke bumi Indonesia, *Kedua*, mempelajari sejarah perjuangan mereka dalam hal mengelola kesabaran, keikhlasan dan keberhasilannya dalam rangka menjuangkan agama Islam, *Ketiga* mendoakan mereka dengan membaca hadoroh, tahlil, dan doa, keempat menjadikan kegiatan ziarah sebagai bagian dakwah memberikan nasehat yg tepat buat orang-orang yang masih hidup.

Selain itu menurut ustadz Kholid ada makna utama kegiatan ziarah ini, yaitu hormat dan *takdim* kepada Sultan Maulana Hasanudin yang telah mengislamkan nusantara sekaligus kita bisa *tabarukan* atau mengambil berkah, tawashulan (mendekatkan diri pada Allah Swt lewat perantara dan dzikir.

2. **Wawancara dengan Penunggu Makam**

- 1) **Pewawancara:** Kalau ziarah orang-orang niatnya itu apa?

Jawaban questioner : *Masing-masing ya macam2, ada yang syukuran bahwa kami sudah berhasil anu-anu berhasil anu makanya kita ziarah, ada juga kami mau berniat ada acara, ada acara anu-anu*

diantaranya ada yang berangkat haji juga ziarah ke sini, ada juga yang ada acara hajatan, kita barokah karomah semoga mendapat karomah, semoga sukses, diantaranya ada seperti itu, ziarahi tu kadang dipimpin kadang ziarah langsung, kalau kira-kira ada yang mengkhawatirkan, orang ini masih awam tentang ziarah, itu ditangani oleh muzawir sini, petugas sini, tetapi kalau sekiranya dia bisa kaifiat ziarah sendiri khawatir nanti musyrik gitu ya, baik ke makamnya minta ini minta itu ke makam, kita waspada gitu kita pimpin, oleh muzawir disebutnya, pemandu wisata, itu diantara.

- 2) **Pewawancara:** Ada ga yang ke sini ziarah ke sini bawa-bawa dan bakar kemenyan?

Jawaban questioner : Kalau dulu ada, dulu oleh petugas sendiri, oleh ketua nadzir, diharuskan setiap pagi dibakar, bukan kemenyan, apa namanya parupuyan, apa namanya itu setanggi, karena disamping katanya untuk supaya ruangan itu wangi dan tidak meninggalkan dari adat istiadat yang dulu, itu dulu waktu beberapa kepala nadzir yang lalulah, tiga nadzir yang lalu masih pakai setiap pagi, ini ruangan supaya wangi gitu, ini dibakar setanggi itu, dan yang ziarah juga ada sebagian yang bakar setanggi, tapi bukan kemenyan bukan, setanggi, yaitu ada seperti itu,

- 3). **Pewawancara :** Sekarang sudah enggak boleh ?

Jawaban Questioner: Sekarang bukan enggak boleh, itu tidak ada sendiri, dengan sendirinya hilang, nadzir enggak menyuruh kepada anak buahnya, suruh setiap pagi ini, kemudian ya begitulah menghilang sendiri, penziarahnya juga

udah mungkin udah ngerti udah enggak ya sudah zamannya ini kali dech.

4) **Pewawancara:** Punten kalau pergantian kelambu biasanya ada ritualnya enggak?

Jawaban Quesioner: *Kalau pergantian kelambu itu biasa saja, diawali ziarah gitu, ziarah oleh petugas seperti tadi, biar setelah itu biasanya*

5) **Pewawancara:** Enggak ada ritualnya?

Jawaban Quesioner: *Engga ada, enggak ada, kalau kelambunya itu, bekasnya itu ditumpuk-tumpuk begitu aja, dulu itu, kadang-kadang dikasih*

6) **Pewawancara:** Engga ada diistimewakan, dikasih wangi, punten saya melihat bunga-bunga itu apa itu pa Haji?

Jawaban Quesioner: *Kalau bunga itu dari orang ziarah, orang yang tabur bunga*

7) **Pewawancara:** Oh, ada yang bawa tabur bunga, boleh?

Jawaban Quesioner: *Tabur bunga boleh, diperbolehkan, dari dulu ada juga ada tabur bunga, iya yang setinggi yang sudah hilang, yang tabur masih ada tabor bunga*

8) **Pewawancara:** Kalau doa yang dipanjatkan untuk almarhum apa untuk minta-minta sebetulnya, misalkan seperti tadi pa Haji berdoa?

Jawaban Quesioner: *ya kita berdoa mendoakan dia atau beliau, dan disamping yang kanan-kiri yang ada disini, muslimin dan muslimat semuanya. Disini Sultan Banten itu dimakamkan di tiga tempat besar,*

di Banten lama sendiri, di kampung Kenari, di Kampung Kasunyatan dan ada yang di Surabaya dua orang sultan Banten, yaitu sultan-sultan Banten dimakamkan ditempat-tempat tersebut. Ya ini yang terkenal yang disini, sultan Banten itu banyak, sampai 21 sultan, sultan yang disini ada tujuh makam sultan, yang dimakamkan disini ada tujuh makam maksud saya, satu Sultan Agung Tirtayasa yang disebut sultan Abdul Fatah Abdul Fatih, makamnya disini paling ujung sebelah kiri dari kita kemudian Sultan Muhammad Nasaruddin, kemudian permaisuri Sultan Hasanudin, kemudian sultan Hasanudin itu sendiri yang di tengah, kemudian sampingnya kanan Sultan Abdul Fadol dan permaisuri sultan Abdul Fadol kemudian Sultan Abdul Kohar Abdel Naser yang disebut Sultan Haji, kalau yang diluar-luar sini, diluar ini, para pengikut-pengikutnya, para sabil, kesabilan disebut makam kesabilan

9) **Pewawancara:** Kalau tujuan utama ziarah itu untuk apa sih?

Jawaban Quesioner: iya kalau tujuan ziarah utamanya mah hanya mengikuti sunnah Nabi, rukunnya hanya sampai sunnah saja, bahkan untuk perempuan mah kadang-kadang makruh untuk ziarah itu, karena cengeng perempuan itu, cepat nangisan gitu, jadi tujuannya mah sunnah Nabi yang sudah melekat membudaya disamping ya mereka-mereka itu mungkin ingin menikmati menyaksikan kebesaran artinya kerajaan sultan Banten disini, seperti ya makamnya, mesjidnya, menaranya sebagainya, bentengnya, mungkin sekaligus beliau itu yaitu ziarah itu hukumnya hanya sunah aja

sebetulnya mah, cuman karena sudah melekat jadi adat, sudah jadi wisata akhirnya ramai.

10) **Pewawancara:** Ada hari-hari tertentu ga pa haji yang istimewa yang spesial untuk ziarah?

Jawaban Quesioner: disini ada bulan-bulan puncak, ada hari-hari puncak, dan ada jam-jam puncak keramaiannya itu. Bulan-bulan puncaknya, bulan Maulud, pengujung ramai itu, habis lebaran, dua-dua lebaran itu, Idul Adha dan Idul Fitri, habis lebaran sekitar seminggu ramainya, kemudian menjelang puasa, menjelang puasa itu ramai, sebulan itu, dan dari bulan Rajab-Rewah itu ramai menjelang puasa itu, nah itu bulan-bulan puncaknya, kalau hari-hari puncaknya itu, malam Jumat hari Minggu, seperti ini ramainya, besok mah sepi, senin-selasa ga seperti ini, jadi hari-hari puncaknya yaitu hari Minggu, ntah kenapa hari Minggu bisa ramai, ga tahu ada libur mungkin dan sebagainya mungkin, kemudian malam Jumat, ntah mengapa malam Jumat itu bisa ramai, mungkin merujuk ke sayidul ayam mungkin ya, artinya hari yang paling bagus, malam Jumat itu mungkin, itu malam Jumat ramai itu, kemudian jam-jam puncaknya, ya sekitar kalau hari minggu, sekitar mulai dari jam sembilan sampai jam dua belas itu, kalau sudah lewat jam dua belas itu enggak seberapa ramai, muhun

11) **Pewawancara:** ya makasih sudah ya.

3. Wawancara dengan Penunggu Makam (Haji Edi Suhaedi, Ta'mir Mesjid, pemandu Ziarah/muzawir, dan sebagai Penerang di Pendopo)

1) **Pewawancara:** ada sumur nah masyarakat sini percaya itu air zam-zam

Jawaban Quesioner: *kalau air zam-zam itu ya hanya istilah saja, istilah karena di Mekah ada sumur zam-zam, maka disini air zam-zam itu hanya tafaulan saja, lekatnya itu sumur wasiat sumur peninggalan, jadi sumur peninggalan itu ya air biasa ya air sumur biasa, cuma mungkin karena udah penuh taburan doa, udah ratusan tahun, jadi ada laporan yang ke sini, ya alhamdulillah, jadi obat gitu, kemudian belum pernah ada yang artinya diare habis minum ini belum pernah gitu, air sumur asli air sumur, air mentah kalau secara akal, mungkin karena karomah para sultan dan banyaknya doa orang yang datang udah ratusan juta orang dari sekian ratus tahun dari 1552 sampai sekarang sudah berapa, hampir empat ratus tahun ya lebih ya bu ya, jadi mungkin orang yang berkunjung yang berdoa itu tidak hanya satu aja, didoakan, artinya mendoakan segala-galanya, artinya kaum muslimin danl muslimat sedunia malahan didoain oleh orang berziarah ini.*

2) **Pewawancara:** Biasanya yang mau berziarah itu ambil air dulu, air itu atau bukan?

Jawaban Quesioner: *ada yang ngambil ada juga yang enggak sih, artinya enggak diwajibkan, silahkan yang percaya aja itu mah, bagi yang enggak percaya mah ya tetap mungkin ya takut anu-takut anu gitu, ada yang seperti itu, ko air mentah diminum, ada yang begitu gitu, tapi ya alhamdulillah selama saya jadi pengurus dari 1967, belum ada yang laporan*

habis minum air ini kena muntaber atau apa gitu, dan ini udah pernah diperiksa sama dari kesehatan sama dari tim kesehatan kabupaten, bagus airnya, cuma ya namanya air ya kadang-kadang bagus kadang-kadang kurang, kalau musim hujan kan ada limpahan air hujan, kan kalau disini kan rawa ya airnya, kalau musim hujan tuh gali satu meter saja udah banjir, tidak menutup kemungkinan itu juga limpahan air hujan itu.

3) **Pewawancara:** Terima kasih pa haji

4. **Wawancara dengan Pengunjung Makam (bapak Andi dan ibu Nani, alamat Mekar Raya/Citra Raya)**

1) **Pewawancara:** Ngapain aja bapak/bu ziarah, dalam rangka apa ziarah?

Jawaban Quesioner: disini mengenalkan anak-anak bahwa Islam itu tidak datang dengan sendirinya, ada yang membawa, kita kebetulan tinggal di wilayah Banten, biar anak-anak, anak saya lima, biar tahu sejarah keberadaan perkembangan Islam di bumi Banten.

2) **Pewawancara:** Tadi sebelum ziarah ada ritual ga pa??

Jawaban Quesioner: ritual saya baca ayat saja, saya tujukan kepada Sultan Maulana Hasanudin dan keluarganya, tidak ada ritual-ritual secara khusus yang lain-lain ga saya lakukan

3) **Pewawancara:** kalau ziarah yang dibaca apa biasanya pa, tujuannya apa, ditunjukkan buat apa? Memohon sesuatu atau gimana?

Jawaban Quesioner: *baasanya membaca Al-Fatihah saja, tidak ditunjukkan, kita memberi hadiah al-fatihah buat tadi yang sudah saya bilang yang menyebarkan agama Islam disini mengenai permohonan-permohonan saya langsung ke Allah.*

4) **Pewawancara:** *tadi bawa air putih atau gimana?*

Jawaban Quesioner: *tidak tadi kita ditawarkan engga dan minyak wangi, memang hanya berziarah*

5. **Wawancara dengan Pengunjung Makam (bapak Dani dan isterinya, alamat Ciwas)**

1) **Pewawancara:** *pa/bu tadi habis ziarah tujuannya apa bu?*

Jawaban Quesioner: *kita punya nazar, ada niat, ada mel kalau kata orang sini, kita punya mel, jadi kalau kalau kita ingin sesuatu, kalau udah tercapai kita ke sini,*

5) **Pewawancara:** *jadi niat khususnya apa pa?*

Jawaban Quesioner: *tujuannya? Niat kita udah tercapai jadi kita suami isteri udah mempunyai anak, nah disitulah mungkin ya maksudnya kita disini itu, ziarah kan itu kita punya nazarnya ziarahnya itu disitu*

6) **Pewawancara:** *minta ke Sultan gitu?*

Jawaban Quesioner: *iya kita minta istilahnya minta berkahnyalah gitu, tapi mintanya mah tetap kepada Yang Maha Kuasa mintanya mah, ya ini kan perantaranya itu ya gerenteg (bahasa sund) mungkin disini keramat bagi wali Allah jadi kan ya kita lewat perantaranya kita ziarah disini.*

7) **Pewawancara:** tadi ada yang ritualnya ga atau bawa apa-bawa apa?

Jawaban Quesioner: *enggak ada, sama aja kita baca tahlil pendek biasa*

8) **Pewawancara:** ziarah sendiri atau dipimpin muzawir?

Jawaban Quesioner: *dipimpin sama disini muzawir, jadi tetap saja biarpun kita melalui mereka, mungkin mereka yang sudah tahu seluk beluk sultan-sultan nama keturunan yang ada disini, tetap kita mah dalam arti kita niat*

9) **Pewawancara:** bawa air, tadi bawa air ?

Jawaban Quesioner: *bawa air ini mah cuman cuman untuk alat pendingin saja, saya amah gak ngerti, cuman ya Insya Allah mudah-mudahan dari sini kan gitu*

10) **Pewawancara:** minta ke kuburan juga gitu?

Jawaban Quesioner: *oh engga, kita jangan sampai salah artikan gitu ya, ini kan makam wali Allah, jadi kita itu mengharga gitu kan, jadi kita yang mempunyai wilayah sini, Wali Allah kan dulu. Jadi kita bisa minta perantaranya wali Allah, kalau kita minta mah tetap kepada Yang Kuasa.*

11) **Pewawancara:** Kalau tadi ka ada air sumur disini, ambil ga tadi?

Jawaban Quesioner: *oh belum saya enggak ambil, hanya air aqua biasa saja, buat diminum nanti.*

12) **Pewawancara:** Terima kasih ya.

