



AN-NIDA

JURNAL KOMUNIKASI ISLAM

ISSN : 2085 – 3521

Vol. 5 No. 2, Juli-Desember 2013

Psikologi Komunikasi Anak Putus Sekolah di Blokagung Karangdoro
Tegalsari Kabupaten Banyuwangi

Mahfudlah Fajrie

Memaknai Teks-teks Dakwah dalam Film; Perspektif Komunikasi
Penyiaran Islam

Primi Rohimi

Membedah Strategi Kampanye Pilgub Jawa Tengah 2013
Duet Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko

Supadiyanto

Pemberdayaan dan Pendampingan Remaja Masjid Melalui Pelatihan
Manajemen Dakwah, Organisasi dan Kepemimpinan

Dedy Susanto

McDonaldisasi dalam Program Televisi '*Courtesy of Youtube*'

Fariza Yuniar Rakhmawati

Representasi Konflik Pluralisme Antar Agama dan Budaya dalam
Film 'Tanda Tanya'

Suhariyanto

Pemahaman Keagamaan dan Intensitas Ibadah Makhdhoh terhadap
Etos Kerja Karyawan

Murniati

Diterbitkan Oleh :
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

AN-NIDA	Volume 5	Nomor 2	Halaman 45-102	Jepara	ISSN 2085 – 3521
---------	----------	---------	-------------------	--------	---------------------

SUSUNAN PENGELOLA JURNAL AN-NIDA

Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara
Vol. 5 No. 2 Juli-Desember 2013

ISSN 2085-3521

Pemimpin Redaksi

Mahfudlah Fajrie

Dewan Redaksi

Abdul Wahab
Muhammad Nashrul Haqqi
Suhariyanto

Layout

Shohifullah

Mitra Bestari

Muhtarom H.M.
(UNISNU Jepara)
Arief Subhan
(UIN Syarif Hidayatullah)
Waryono Abdul Ghafur
(UIN Sunan Kalijaga)
M. Sulthon
(IAIN Walisongo)
Ilyas Supena
(IAIN Walisongo)

Penerbit

Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara

Alamat Penerbit

Lantai 2 Gedung Timur
Jl. Taman Siswa No. 9 Tahunan
(0291) 593132, +6281 336 140 993
e-mail: jurnal.an.nidagmail.com

E-Journal

<http://ejournal.unisnu.com/index.php/JKIN>

DESKRIPSI

Jurnal An-Nida bertujuan untuk menciptakan dan memperluas inovasi dalam konsep, teori, paradigma, perspektif serta metodologi dakwah dan komunikasi, dengan mempublikasikan hasil penelitian maupun karya tulis ilmiah yang lain, termasuk hasil saduran dan *book-review* yang berkaitan dengan dakwah dan komunikasi keislaman. Terbit dua kali dalam satu tahun. Redaksi mengundang dan menerima artikel yang belum pernah diterbitkan. Setiap artikel yang dikirim akan di-*review* oleh mitra bebestari. Redaksi dapat mengubah dan merevisi redaksi tulisan tanpa mengubah substansi artikel yang dikirim.



45 - 49

Psikologi Komunikasi Anak Putus Sekolah di Blokagung Karangdoro Tegalsari
Kabupaten Banyuwangi

Mahfudlah Fajrie

50 - 55

Memaknai Teks-teks Dakwah dalam Film; Perspektif Komunikasi Penyiaran Islam

Primi Rohimi

56 - 70

Membedah Strategi Kampanye Pilgub Jawa Tengah 2013
Duet Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko

Supadiyanto

71 - 78

Pemberdayaan dan Pendampingan Remaja Masjid Melalui Pelatihan Manajemen Dakwah,
Organisasi dan Kepemimpinan

Dedy Susanto

79 - 87

McDonaldisasi dalam Program Televisi ‘*Courtesy of Youtube*’

Fariza Yuniar Rakhmawati

88 - 94

Representasi Konflik Pluralisme Antar Agama dan Budaya dalam Film ‘Tanda Tanya’

Suhariyanto

95 - 99

Pemahaman Keagamaan dan Intensitas Ibadah Makhdhoh terhadap Etos Kerja Karyawan

Murniati

100

KEYWORD INDEX

101

KAIDAH PENULISAN ARTIKEL



PSIKOLOGI KOMUNIKASI ANAK PUTUS SEKOLAH DI BLOKAGUNG KARANGDORO TEGALSARI KABUPATEN BANYUWANGI

Mahfudlah Fajrie

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UNISNU, Jl. Taman Siswa No. 9 Tahunan Jepara,
mahfudlahfajrie@yahoo.co.id

Abstract

Divorce cases gave effects to the psychological condition of the children. It was one of the causes of school dropouts in terms of family. The purpose of this was to empirically describe the factors that caused dropouts and dropouts impact on social life in Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi. This research method used a qualitative descriptive by using Miles Huberman interactive data analysis model. The number of informants was determined using the snowball technique by using interviews and participant observation as the data collecting method. The results of this study were (1) psychologically, school dropouts due to divorce impaired in the soul development, this was indicated by the child had difficulty in communicating intrapersonal and interpersonal. Sociologically, children who drop out of school due to divorce had difficulty in adjusting to the environment. (2) Divorce could make negative impacts on children's daily behavior so it could trigger the delinquency if there was no supervision in their interaction pattern.

Keywords

child, communication, dropout, psychology

Abstrak

Kasus perceraian memberikan pengaruh terhadap kondisi psikologis anak, di mana perceraian menjadi salah satu penyebab anak putus sekolah ditinjau dari segi keluarga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan faktor-faktor penyebab anak putus sekolah dan dampak putus sekolah terhadap kehidupan sosial di Blokagung Karangdoro Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan analisis data interactive model Miles Huberman. Jumlah informan ditetapkan menggunakan teknik snowball dengan metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi partisipan. Hasil dari penelitian ini adalah (1) secara psikologis anak yang putus sekolah akibat perceraian mengalami gangguan dalam perkembangan jiwanya, hal ini ditunjukkan dengan anak mengalami kesulitan dalam berkomunikasi secara intrapersonal dan interpersonal. Secara sosiologis anak yang putus sekolah akibat perceraian mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya. (2) perceraian berdampak negatif terhadap perilaku anak sehari-hari sehingga dapat memicu tingkah laku delinkuen pada anak-anak bila tidak ada pengawasan dalam pola pergaulannya.

A. PENDAHULUAN

Keluarga merupakan bentuk kelompok primer yang melahirkan individu dengan berbagai macam bentuk kepribadian dalam masyarakat. Suatu keluarga terbentuk dari hubungan laki-laki dan perempuan yang dikukuhkan dengan pernikahan, yang bermaksud untuk saling menyempurnakan diri.

Menurut sosiologi, keluarga merupakan kelompok kecil yang terdiri dari suami, istri beserta anak-anaknya yang belum menikah. Keluarga lazim disebut sebagai rumah tangga, yang merupakan unit terkecil dalam masyarakat, sebagai wadah dan proses pergaulan hidup (Soekanto, 2004: 1).

Sedangkan secara psikologi, keluarga adalah sekumpulan orang yang hidup bersama dalam tempat tinggal bersama dan masing-masing anggota merasakan adanya pertautan batin, sehingga terjadi saling mempengaruhi, saling memperhatikan, dan saling menyerahkan diri (Djamarah, 2004: 16).

Orang tua dan anak merupakan satu ikatan dalam jiwa yang tidak dapat dipisahkan oleh siapapun. Ikatan itu dalam bentuk hubungan emosional, hubungan darah, dan hubungan cinta kasih antara anak dan orang tua yang tercermin dalam tingkah laku, sehingga anak memerlukan perimbangan kasih sayang dari orang tua.

Dalam keluarga ada suami, istri dan anak yang saling berhubungan dan saling berinteraksi yang melahirkan dinamika kelompok, karena berbagai kepentingan yang terkadang bisa memicu konflik dalam keluarga (Djamarah, 2004: 17). Keinginan untuk berhubungan dan berinteraksi tidak terlepas dari kegiatan komunikasi antara orang tua dan anak. Dengan komunikasi, kerawanan hubungan antara orang tua dan anak dapat dihindari. Oleh karena itu, komunikasi merupakan sesuatu yang esensial dalam kehidupan keluarga.

Suasana kehidupan keluarga yang tidak kondusif dapat menimbulkan konflik, sehingga keluarga bahagia dan sejahtera yang menjadi cita-cita bagi pasangan suami istri sulit diwujudkan.

Penyebabnya bisa karena perbedaan pandangan, latar belakang kehidupan, masalah ekonomi, harga diri, dan adanya orang ketiga dalam masalah keluarga. Akibatnya komunikasi dalam keluarga terganggu dan mengancam keutuhan keluarga.

Keluarga yang utuh memiliki keutuhan secara fisik dan psikis, di mana dalam keluarga terdiri dari ayah, ibu dan anak yang memiliki perhatian penuh atas tugasnya sebagai orang tua. Sebaliknya keluarga yang pecah atau *broken-home* terjadi bila tidak hadirnya salah satu orang tua karena kematian atau perceraian, atau tidak hadirnya keduanya, sehingga ayah dan ibu tidak memiliki kesatuan perhatian atas putra-putranya (Ahmadi, 2002: 248).

Situasi antara keluarga utuh dan yang pecah mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap perkembangan anak. Dalam keluarga yang pecah akibat perceraian dapat menimbulkan perubahan fisik ataupun psikis, stress dan tekanan (Dagun, 2002: 113). Akibatnya anak mengalami kesulitan kesulitan dalam berkomunikasi, baik secara intrapersonal maupun interpersonal yang dapat mengganggu perkembangan jiwa dan kepribadian anak dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

Perceraian memberikan efek berakhirnya suatu rumah tangga yang berarti akan musnahnya harapan kehidupan di masa depan bagi seluruh anggota keluarga (Surya, 2003: 271) bagi pribadi para anggotanya yaitu suami, istri dan anak, peristiwa perceraian ini akan memberikan pengaruh terhadap kondisi psikologis masing-masing.

Kasus perceraian dapat terjadi pada keluarga siapa saja, dan yang menjadi korban utama adalah anak-anak. Fenomena di atas, merupakan salah satu penyebab anak putus sekolah ditinjau dari segi keluarga. Di mana keluarga mengalami konflik hingga berujung pada perceraian. Sedangkan faktor-faktor penyebab anak putus sekolah banyak, di antaranya pekerjaan orang tua yang belum mapan, rendahnya tingkat perekonomian keluarga, banyaknya kebutuhan hidup yang harus dipenuhi, mahalnnya biaya sekolah, sifat malas pada anak.

Namun penelitian ini difokuskan pada kasus

anak putus sekolah akibat perceraian. Secara spesifik peneliti melihat kasus anak putus sekolah disebabkan perceraian orang tuanya. Tidak dapat dipungkiri, jika suatu keluarga mengalami perceraian, perhatian dan kasih sayang terhadap anak berkurang, dan pada akhirnya komunikasi antara anak dan orang tua akan terhambat.

Anak putus sekolah merupakan salah satu kelompok sosial yang kurang diperhatikan di Dusun Blokagung. Padahal Dusun Blokagung mempunyai fasilitas pendidikan yang memadai dari mulai tingkat Taman Kanak-Kanak (TK) sampai Perguruan Tinggi (PT), selain itu masyarakat Dusun Blokagung mempunyai aktivitas keagamaan yang dapat mempengaruhi kehidupan rumah tangganya. Walaupun fasilitas pendidikan di Dusun Blokagung memadai, namun masih ada anak yang mengalami putus sekolah, sehingga komunikasi dan interaksi sosialnya dengan masyarakat juga kurang diperhatikan. Dengan demikian timbul rasa ingin tahu peneliti, bagaimana interaksi sosial anak putus sekolah terhadap orang tua dan masyarakat di Blokagung Karangdoro Tegalsari ditinjau dari psikologi komunikasi.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah faktor-faktor penyebab anak putus sekolah di Blokagung Karangdoro Tegalsari Kabupaten Banyuwangi? dan bagaimana dampak putus sekolah terhadap kehidupan sosial di Blokagung Karangdoro Tegalsari Kabupaten Banyuwangi?

Apabila telah diketahui tentang penyebab-penyebab putus sekolah, maka orang tua, masyarakat, tenaga pendidik serta lembaga pendidikan mampu mengoptimalkan perannya masing-masing untuk meminimalkan terjadinya anak putus sekolah, dan apabila diketahui tentang dampak putus sekolah, maka diharapkan masyarakat luas pada umumnya dan keluarga pada khususnya mampu menjalin dan menciptakan komunikasi dan hubungan interaksi sosial yang baik antara anak, orang tua dan masyarakat.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sumber datanya terdiri dari dua unit, *pertama* adalah individu sebagai kelompok masyarakat Dusun Blokagung, dengan kriteria (1) anak yang putus sekolah akibat perceraian keluarga, (2) orang tua dari anak yang putus sekolah akibat perceraian, (3) para tokoh agama yang paham terhadap permasalahan perceraian keluarga dan (4) tokoh masyarakat yang paham terhadap interaksi sosial anak putus sekolah.

Unit analisis *kedua* adalah unit analisis yang berupa situasi sosial (*social setting*) keakraban dan kecerahan para converts (*terutama untuk teknik observasi*) yang meliputi: situasi informan berkumpul untuk berbincang-bincang santai di rumah pada waktu mereka secara kebetulan mempunyai waktu senggang.

Jumlah informan ditetapkan dengan menggunakan teknik *snow-ball*, yakni penggalian data melalui wawancara mendalam dari satu informan ke informan lainnya dan seterusnya sampai peneliti tidak menemukan informasi baru lagi, jenuh, informasi "*tidak berkualitas*" lagi.

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi partisipan dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan Interaktif Miles dan Huberman (Pawito, 2007: 104) yaitu: analisis menggunakan *Interaktif Model*. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari 3 komponen yaitu: reduksi data, penyajian data dan penarikan serta pengujian kesimpulan.

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini melalui teknik triangulasi, yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang lain di luar data yang telah diperoleh untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data yang telah diperoleh. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data (triangulasi sumber) yaitu pada upaya peneliti untuk mengakses sumber-sumber yang lebih bervariasi untuk memperoleh data yang berkenaan dengan persoalan yang sama. Hal ini berarti peneliti bermaksud menguji data yang diperoleh dari satu sumber (untuk diban-

dingkan) dengan data dari sumber lain. Dari sini peneliti akan sampai pada salah satu kemungkinan data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten atau berlawanan. Dengan cara begini peneliti kemudian dapat mengungkapkan gambaran yang lebih memadai (beragam perspektif) mengenai gejala yang diteliti (Pawito, 2007: 99).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Blokagung merupakan nama salah satu dusun dari tiga dusun yaitu Karangdoro, Sumberagung, dan Blokagung yang berada di Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari yang terletak di wilayah Kabupaten Banyuwangi.

Wilayah Desa Karangdoro ini merupakan dataran rendah dengan luas 1.197.087 Ha, berada pada ketinggian rata-rata 200 m dari permukaan laut, dengan curah hujan rata-rata 1.830 mm pertahun dan suhu rata-rata 25°C. Penduduk dusun Blokagung mayoritas bermata pencaharian sebagai seorang petani dan berdagang.

Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara, maka peneliti menemukan data sebagai berikut:

Pertama, perceraian merupakan faktor penyebab anak putus sekolah di Blokagung Karangdoro Tegalsari, Kabupaten Banyuwangi. Hasil penelitian ini seperti yang diungkapkan oleh informan, bahwa:

Aku sedih banget, saat mendengar kedua orang tuaku bercerai. Aku takut jika harus kehilangan salah satu orang tuaku mbak, aku memilih diam di rumah dan berhenti sekolah karena aku malu dengan teman-temanku, aku merasa tertekan waktu itu.

Hal senada dipertegas oleh informan lain, bahwa:

Setelah orang tua bercerai, aku memilih ikut nenek, awal-awalnya nenek yang menyekolahkanku, tapi lama kelamaan nenek merasa keberatan dengan biaya pendidikanku. Aku merasa serba salah, untuk kehidupan sehari-hari saja nenekku sudah pas-pasan, akhirnya aku putuskan untuk berhenti sekolah sampai kelas satu SLTP. Walaupun orang tuaku bercerai, aku tetap semangat tapi terkadang juga merasa minder, apalagi jika berkumpul dengan teman-teman sebaya yang masih sekolah, jadi aku lebih

memilih berdiam diri di rumah. Andai saja aku masih sekolah mungkin sekarang sudah kelas satu SLTA.

Kedua, perceraian dapat mengganggu perkembangan psikologi komunikasi anak dan interaksi sosial di masyarakat. Hasil penelitian ini seperti diungkapkan oleh salah satu informan yang memberikan penjelasan sebagai berikut:

Orang tua ku bercerai waktu aku masih kecil, terkadang aku juga merasa minder, pernah aku berfikir seandainya saja orang tuaku gak bercerai pasti keluargaku akan lengkap.

Pernyataan di atas dipertegas oleh informan lain, dalam hasil wawancara sebagai berikut:

Sebenarnya Bunga itu anak yang ceria, tapi semenjak orang tuanya bercerai, Bunga makin pendiam dan senang menyendiri, dan yang saya tahu hubungan bunga dengan ibunya baik-baik saja, tapi kalau dengan bapaknya saya tidak tahu pasti, karena bapaknya bunga jarang kemari (ke rumah Bunga).

Dari hasil penelitian di lapangan, yaitu di Blokagung Karangdoro Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. Maka diungkapkan temuan data yang dihasilkan dari penelitian sebagai usaha untuk membandingkan dengan teori yaitu:

1. Perceraian merupakan faktor penyebab anak putus sekolah di Blokagung Karangdoro Tegalsari Kabupaten Banyuwangi.
2. Perceraian dapat mengganggu perkembangan psikologi komunikasi anak dan interaksi sosial di masyarakat.

Oleh karena itu, dalam penelitian ditemukan beberapa realita bahwa:

Pertama, secara psikologi, anak yang putus sekolah akibat perceraian, mengalami gangguan dalam perkembangan jiwanya. Akibatnya anak menjadi tidak percaya diri, minder, pendiam dan lebih suka menyimpan masalahnya sendiri, apalagi jika berhadapan dengan teman sebayanya yang statusnya pelajar. Hal ini menunjukkan bahwa anak yang putus sekolah akibat perceraian mengalami kesulitan dalam berkomunikasi secara *intrapersonal*, *interpersonal*, dan kelompok yang dapat dibuktikan pada saat menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya dan memproduksinya

untuk di wujudkan dalam perilaku.

Terkait dengan penemuan ini, Hetherington menganggap bahwa perceraian itu menimbulkan ketidak stabilan emosi, mengalami rasa cemas tertekan dan sering marah-marah (Dagun, 2002: 117). Hetherington menambahkan “jika perceraian dalam keluarga itu terjadi saat anak menginjak remaja, mereka mencari ketenangan entah di tetangga, sahabat atau teman sekolah” (Dagun, 2002: 116).

Secara sosiologi, anak yang putus sekolah akibat perceraian mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Ini menunjukkan bahwa perceraian dapat mengganggu perkembangan sosial anak dengan lingkungan pergaulannya.

Hal ini memperlihatkan bahwa, anak yang putus sekolah akibat perceraian mengalami kesulitan dalam berkomunikasi karena tidak mempunyai kepercayaan pada diri sendiri, orang lain dan kelompok yang dapat mengganggu interaksi sosial dan pergaulan terhadap lingkungannya. Sesuai dengan ungkapan Harnack dan Fest yang menganggap komunikasi sebagai “proses interaksi diantara orang untuk tujuan integrasi *intrapersonal* dan *interpersonal*” (Rakhmat, 2004: 8).

Hal ini dipertegas oleh Hetherington bahwa, konflik keluarga menimbulkan pengaruh terhadap sikap bermain anak. Anak berkembang tidak stabil, dalam bergaul dengan teman-temannya. Pengaruh ini akan terus berlanjut sampai anak menginjak masa dewasa dan interaksi sosial sedikit terganggu pada masa dewasa (Dagun, 2002: 120).

Kedua, perceraian berdampak negatif terhadap perilaku anak sehari-hari, sehingga dapat memicu tingkah laku *delinkuen* pada anak-anak bila tidak ada pengawasan dalam pola pergaulannya. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan Kartini Kartono (dalam Rohmah, 2005: 215) *delinkuensi* yaitu mental dan emosi anak muda yang belum matang, yang labil dan jadi rusak atau *defektif*, sebagai akibat dari proses pengkondisian lingkungan yang buruk. Penyebab tingkah laku *delinkuen* pada anak-anak lebih banyak berasal dari keluarga

yang tidak utuh lagi struktur dan interaksinya, seperti keluarga yang mengalami perceraian.

Dengan demikian, perceraian mempengaruhi psikologi komunikasi anak putus sekolah di Blokagung Karangdoro Tegalsari Kabupaten Banyuwangi.

D. SIMPULAN

Perceraian merupakan faktor penyebab anak putus sekolah di Blokagung Karangdoro Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. Dampak dari anak yang putus sekolah akibat perceraian adalah anak mengalami kesulitan-kesulitan dalam berkomunikasi, baik *intrapersonal*, *interpersonal*, dan kelompok yang dapat mengganggu perkembangan jiwa dan kepribadian anak dalam berinteraksi dengan keluarga maupun lingkungannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. (2002). *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Dagun, Save. (2002). *Psikologi Keluarga*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Djamarah, Syaiful Bahri. (2002). *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak Dalam Keluarga*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2004). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rohmah, Elfi Yuliani. (2005). *Psikologi Perkembangan*. Ponorogo: STAIN Ponorogo.
- Soekanto, Soerjono. (2004). *Sosiologi Keluarga*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Surya, Mohamad. (2003). *Bina Keluarga*. Semarang: CV. Aneka Ilmu.



MEMAKNAI TEKS-TEKS DAKWAH DALAM FILM; PERSPEKTIF KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

Primi Rohimi

Dosen Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus, Jl. Conge Ngembal Rejo PO. BOX 51,
Kudus, primirohimi@yahoo.com

Abstract

One of the KPI students competences was mastering communication theories related to mass media. So one of the competence application form was able to interpret the texts of proselytizing in the films by using KPI perspective. This paper gave application of proselytizing texts of several Indonesian Islamic-themed films. As we all knew, Indonesian Islamic films had been widely produced. The films that was interpreted in this paper were taken from the different missions and story criteria. So far, a film was only meant as a entertaining spectacle. By using the perspective of Islamic Broadcast Communications imbued with the spirit of Islamic proselytizing, a film could be interpreted as a media of proselytizing. Proselytizing messages could be interpreted from the texts in film, i.e. scenes, dialogue, background, and others. Messages that can be interpreted from it are religious, social, moral and humanitarian values.

Keywords

meaning, proselytizing text, film, islamic broadcast communications

Abstrak

Salah satu kompetensi mahasiswa Program Studi KPI adalah menguasai teori-teori komunikasi terkait dengan media masa. Maka wujud dari aplikasi kompetensi ini salah satunya adalah bisa memaknai teks-teks dakwah dalam film dengan perspektif KPI. Tulisan ini memberikan aplikasi pemaknaan teks-teks dakwah dari beberapa film Indonesia bertema Islam. Seperti sudah jamak diketahui, film-film Indonesia bertema Islam sudah banyak diproduksi. Film-film yang dimaknai dalam tulisan ini diambil dengan kriteria perbedaan misi dan cerita. Selama ini film hanya dimaknai sebagai tontonan yang berfungsi menghibur. Dengan perspektif Komunikasi Penyiaran Islam yang dijiwai spirit dakwah, film bisa dimaknai sebagai media dakwah. Pesan-pesan dakwah bisa dimaknai dari teks-teks dalam film baik adegan, dialog, latar, dan lainnya. Pesan-pesan yang dapat dimaknai dari film di antaranya nilai-nilai religius, sosial, moral dan nilai-nilai kemanusiaan lainnya.

A. PENDAHULUAN

Film sangat berhubungan dengan dakwah. Dalam film, banyak tanda atau teks yang bisa dimaknai sebagai pesan dakwah. Al-Qaradāwī dalam Taufik (2008: 203) berpendapat bahwa umat Islam boleh menonton dan memproduksi film. Dalam “fiqih jihad” (2010: 145), Qardawi menyebutkan bahwa film termasuk bentuk jihad dengan media massa (*bayān i’lāmī*). Sedangkan dalam “Fatwa-Fatwa Kontemporer 3,” Qardhawi (2002: 512) menanggapi pertanyaan seorang direktur utama produksi perfilman, Usahamah Ahmad Khalifah. Qardhawi mendukung keberhasilan produksi perfilman karena dalam bidang ini orang-orang Islam dihadapkan pada invasi budaya, terutama dari Barat.

Perspektif Qardawi yang merupakan ulama Islam terkenal, dapat menjadi pertimbangan bahwa tanggapan umat Islam terhadap film adalah positif selama film digunakan untuk perjuangan umat Islam dan bukan untuk menghancurkan umat Islam. Memang cerita di dalam film adalah konstruksi dari pembuatnya, dan penonton memahaminya dengan memproduksi makna dalam dirinya sendiri. Namun menurut Taufik (2008: 86) film bisa menghadirkan kenyataan karena gambar dalam film selalu menggunakan bahasa kekinian.

Fiske (2003: 5) menyatakan bahwa dalam mengungkap arti yang tersembunyi dalam film melibatkan analisis pada tiga level kode. Level-level tersebut adalah level realitas, level representasi dan level ideologi.

Level realitas menfokuskan pada kode sosial (*social-codes*) seperti kostum, tampilan, *make-up*, lingkungan, perilaku, ucapan kata-kata, gerakan, ekspresi, dan sebagainya. Level representasi adalah memahami kode teknik (*technical codes*), seperti gerakan kamera dan angelnya, lighting, editing, musik. Sedangkan level ideologi meliputi koherensi dan akseptabilitas sosial seperti individualisme, patriarki, agama, ras, kelas, kapitalisme, dan lainnya.

Untuk menemukan makna dalam kode ideologis film, peneliti harus mengamati level-level kode

secara konstan dari atas ke bawah sebab pemahaman akan muncul ketika kode-kode menggabungkan diri ke dalam kesatuan yang koheren dan tampak natural (John Fiske 2003: 6).

Salah satu kompetensi mahasiswa Program Studi KPI adalah menguasai teori-teori komunikasi terkait dengan media masa. Maka wujud dari aplikasi kompetensi ini salah satunya adalah bisa memaknai teks-teks dakwah dalam film dengan perspektif KPI.

Tulisan ini memberikan aplikasi pemaknaan teks-teks dakwah dari beberapa film Indonesia bertema keislaman. Seperti diketahui, film-film Indonesia bertema Islam sudah banyak diproduksi. Film-film yang dimaknai dalam tulisan ini diambil dengan kriteria perbedaan misi dan cerita.

B. PEMBAHASAN

Memaknai Teks Film “Di Bawah Lindungan Kakbah”

Film “Di Bawah Lindungan Kakbah” merupakan salah satu film Indonesia bertema Islam yang memiliki berbagai macam nilai. Di antaranya seperti nilai religius, nilai sosial dan sebagainya. Nilai-nilai tersebut membuat film ini menarik untuk dimaknai secara mendalam. Nilai-nilai yang dimiliki film ini terlihat dari adegan-adegan tokoh, dialog antar tokoh, latar tempat dan alur cerita dalam film ini.

Tokoh utama dalam film “Di Bawah Lindungan Kakbah” adalah pasangan kekasih yaitu Hamid dan Zainab. Film ini menceritakan tentang kesetiaan cinta dan ketabahan Hamid dan Zainab dalam menghadapi dinding besar yang memisahkan mereka. Hamid adalah seorang anak yatim dan miskin yang diangkat anak oleh Haji Ja’far yaitu orang tua dari Zainab. Ketika menginjak remaja, mulailah timbul cinta di antara keduanya, Hamid sangat mencintai Zainab namun dia tidak mampu untuk mengungkapkan isi hatinya kepada Zainab.

Selain teks tentang nilai cinta lawan jenis, film ini juga memaparkan nilai religius. Nilai religius menurut Prof. Notonegoro adalah nilai kerohanian tertinggi dan mutlak yang bersumber pada keper-

cayaan atau keyakinan manusia (Dhea, 2014).

Nilai religius dalam film ini diketahui dari perkataan Hamid kepada santri-santri kecil, “Tak penting perayaannya seperti apa. Yang penting kau fikirkan biar cepat *khatam* Alquran seperti sulung dan kawan-kawan”. Hal ini bermakna nilai religius. Nilai yang dimaksud adalah yang harus diutamakan dalam hal agama bukanlah perayaannya namun keberhasilan dari suatu ibadah dalam agama itu seperti *khatam* Al-quran.

Nilai religius lainnya dapat dilihat dalam adegan, di saat Hamid diinterogasi karena ia menolong Zainab yang pingsan akibat tenggelam di sungai. Hamid memberi nafas buatan pada Zainab. Para penduduk yang melihat perbuatan Hamid menilai salah karena melanggar norma agama. Hamid pun ditanya para tetua di surau. Nilai religius terdapat dalam dialog tetua desa. Salah satunya adalah, “Saya ajukan perumpamaan, ada orang di padang pasir nyaris mati lalu ia menemukan daging anjing. Ini masalahnya jika dimakan daging anjing itu haram. Jika tidak dimakan, ia mati, Apa yang harus ia lakukan?” Lalu tetua lain menjawab, “Ia makan dagingnya”. Tetua sebelumnya bertanya kembali, “Kenapa?” Tetua lain menjawab, “Padanya berlaku keadaan darurat”. Lalu tetua tadi bertanya kembali, “Apa bedanya dengan Hamid yang menolong Zainab?” Dialog tersebut menunjukkan kebolehan bagaimana hukumnya melanggar hukum atau peraturan agama dalam kondisi darurat.

... Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (QS. al-Mā'idah: 3).

Dibolehkannya memakan makanan yang diharamkan jika dalam kondisi darurat dikarenakan kondisi darurat yang bisa menyebabkan seseorang meninggal karena kelaparan.

Film ini juga memaparkan nilai kepedulian sosial oleh Hamid terhadap penduduk desa. Hal ini ditunjukkan dalam adegan Hamid yang mendapat gelar diploma dan ingin mengajar di desa tempat kelahirannya. Dalam islam terdapat anjuran

untuk menyampaikan pengetahuan pada orang lain. Hal itu terdapat pada hadits Bukhari Muslim “*Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat*”.

Nilai sosial yang lain ditunjukkan, ketika Zainab menyuguhkan kue dan minuman untuk Hamid. Ketika keluarga Arifin bertamu ke rumahnya saat hari raya Idul Fitri. Ini menunjukkan nilai sosial yaitu memuliakan tamu yang datang ke rumah. Ini adalah etika memuliakan tamu.

Selain nilai religius dan nilai sosial juga ada nilai moral. Nilai moral dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebut nilai etika. Definisi etika menurut K. Bertens adalah nilai-nilai dan norma-norma moral, yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Sedangkan, definisi etika menurut Aristoteles yaitu etika diambil dari bahasa Yunani yaitu Ethos dalam bentuk tunggal berarti tempat tinggal, watak, perasaan, sikap, cara berpikir dan lain-lain dalam bentuk jamak berarti adat kebiasaan.

Nilai Moral ini ditampilkan ketika teman-teman Hamid datang ke rumah dan mengajak Hamid untuk ikut dalam acara lomba debat melawan kelompok Ghazali. Nilai moral yang lain ditampilkan dalam adegan ibu Hamid yang sakit batuk. Lalu Hamid bertanya: “Emak... mak sakit?” Emak pun menjawab: “Masuk angin biasa Hamid!” Hamid berkata “Aku bikinkan Mak jahe, ya.” Ini membuktikan sosok anak yang peduli terhadap orang tuanya.

Film ini menunjukkan nilai solidaritas. Nilai solidaritas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah nilai yang berarti sifat-sifat (hal-hal) yg penting atau berguna bagi kemanusiaan dan solidaritas yang berarti sifat (perasaan) solid; sifat satu rasa (senasib dsb); perasaan setia kawan. Nilai solidaritas dalam film ini ditunjukkan saat Hamid membantu Saleh yang tidak kuat mengangkat sendirian karung tepung. Menolong orang lain adalah bagian dari nilai solidaritas.

Selain nilai-nilai di atas, film ini mempunyai nilai budaya. Nilai budaya menurut KBBI yaitu konsep abstrak mengenai masalah dasar yg sangat

penting dan bernilai di kehidupan manusia. Nilai budaya dalam film ini ditunjukkan seperti perjodohan di era 20-an, perayaan khataman al-Quran, nuansa pasar yang didominasi oleh corak Tionghoa terlihat dari payung-payung yang dipakai pedagang dan masyarakat sekitar, ketika Hamid telah menyelesaikan studinya di Tawalib ia bersungkeman kepada para guru sepuh menunjukkan nilai budaya santri ketika lulus dari studinya, Hamid bersalaman pada ibunya setelah ia sampai di rumah.

Selain nilai-nilai di atas terdapat beberapa hikmah yang tersirat untuk para penonton di antaranya yaitu: *Pertama*, dalam menghadapi suatu masalah harus lebih bijak dan memahami perasaan orang lain. *Kedua*, harus bersabar dan dapat menerima kenyataan walau menyakitkan. Kesabaran tersebut digambarkan dalam cerita ketika Hamid menghadapi masalah yang bertubi-tubi. Masalah yang pertama adalah, ketika Hamid kehilangan orang-orang yang sangat dicintainya dan berpengaruh padanya. Masalah yang berikutnya yang menambah beban Hamid yaitu ketika Mak Asiah menyuruh Hamid untuk melunakkan hati Zainab agar Zainab dapat ditunangkan dengan saudaranya. Dalam keadaan seperti itu, begitu bijaknya sifat Hamid yang telah mengorbankan perasaannya demi ibu zainab yaitu Mak Asiah. Ia menjunjung tinggi kepercayaan yang telah diberikan Mak Asiah kepadanya. Walaupun batinnya menjerit. Demi menghapus dukanya ia meninggalkan kampung halamannya, meninggalkan seseorang yang sangat ia cintai.

Lalu ada pula hikmah yaitu perjalanan lurus dalam memupuk cinta dan mempertahankan cinta. Dalam cerita tergambar kisah kasih Islami. Menunjukkan pandangan pada seseorang yang bukan muhrim merupakan sesuatu yang diharuskan, untuk menjaga kesucian hati dan kesucian diri.

Memaknai Teks Film “Negeri 5 Menara”

Film “Negeri 5 Menara” mengisahkan seorang anak yang tinggal di Desa Bayur, Maninjau, Sumatra Barat, yang bernama Alif. Ia menginginkan melanjutkan pendidikan di SMA Negeri dan kemudian ke ITB untuk mewujudkan mimpinya

sebagai seorang pakar dan ahli IPTEK seperti Habibie. Tetapi orang tuanya menginginkan Alif mendalami ilmu agama. Dan dengan setengah hati, akhirnya Alif memutuskan untuk pergi ke Pondok Madani atas saran keluarganya. Dan di Pondok Madani-lah Alif mendapati pengalaman baru, ilmu, sahabat dan guru.

Ada persahabatan yang kokoh di antara tokoh utama Alif dengan Baso, Raja, Atang, Said dan Dulmajid, serta menamakan mereka sendiri dengan sebutan *Sahibul Menara*. Kekokohnya tergambar dalam awal persahabatan mereka di Pondok Madani sampai bertahun-tahun kemudian setelah mereka melelang buana ke negeri-negeri impian mereka. Biasanya, seiring berjalannya waktu, jalinan persahabatan dengan teman-teman sekolah semakin mengendur tergerus dengan persahabatan baru yang terjalin, tetapi film ini digambarkan kebalikannya. Ini menunjukkan ikatan silaturahmi yang tetap terjaga. Dalam persahabatan tersebut mereka saling menguatkan.

Memaknai Teks Film “Cinta Suci Zahrana”

Pada dasarnya kita hidup itu sudah ada yang mengatur tinggal bagaimana kita meminta dan bersyukur pada yang kuasa. Contohnya saja dalam film ini banyak sekali pelajaran hidup yang ada di film “Cinta Suci Zahrana.”

Di film tersebut kita bisa meneladani sifat Rana yang tidak pernah menyalahkan Allah. Rana selalu berdo'a dan bersyukur pada Allah selalu dan beliau pula tak lupa selalu melibatkan Allah dalam segala hal. Dan bahkan saat Rana banyak dihimpit masalah ia pun tetap tenang dan tak lupa berdo'a dan meminta petunjuk pada Allah.

Sungguh mulia sikap Rana walaupun dia sering diejek orang-orang di sampingnya dia tak pernah sekalipun membalas ataupun dendam pada orang tersebut. Bahkan kalau ada orang seperti itu harusnya kita membaiki orang itu agar orang itu sadar dengan sendirinya.

Pak Munajad pun adalah seorang ayah yang baik. Hanya saja beliau sedang sakit dan memikir-

kan tentang masa depan anaknya satu-satunya. Yang tak kunjung menikah di usianya yang sudah berkepala tiga. Beliau juga sudah geram dengan ocehan para tetangga yang menyebut Rana sebagai perawan tua.

Tidak hanya itu saja yang bisa kita ambil pelajaran dalam film ini. Dini juga sebagai sahabat juga sangat luar biasa. Memang Dini bukanlah seorang konselor tapi dia sangat baik sebagai sahabat. Kualitas lahiriyah dari seorang konselor yang baik kiranya sudah jelas dengan sendirinya seperti yang telah dilakukan oleh Dini. Yaitu menawan hati, memiliki kemampuan bersikap tenang ketika bersama orang lain, memiliki kapasitas untuk berempati, ditambah karakteristik-karakteristik lain yang memiliki makna yang sama. Kualitas-kualitas tersebut tidak seluruhnya merupakan kualitas bawaan.

Kualitas tersebut dapat pula dicapai dan diusahakan sampai ke batas-batas tertentu. Perkembangan kualitas akan terjadi sebagai konsekuensi dari pencerahan yang telah didapatkan oleh konselor, minat dan ketertarikan pada orang lain.

Memaknai Teks Film “Surat Kecil untuk Tuhan”

Film penuh makna ini mengajarkan kepada manusia untuk selalu berusaha, semangat dan tetap tersenyum walaupun cobaan selalu ada dalam kehidupan. Tokoh utama (Keke) dalam film ini menceritakan bahwa cobaan tidak menghalangi untuk tetap semangat dan sabar dalam menuntut ilmu. Walaupun penyakit kanker otak telah menggerogoti bagian kepala, sehingga pada akhirnya menyebar kebagian tubuh Keke. Film ini dimaknai untuk berfikir positif tentang Allah.

Keke dalam film ini menyanyangi sahabat-sahabatnya, dia tidak mau membuat sahabat-sahabatnya sedih. Tegar dalam menghadapi cobaan yang telah Allah berikan kepadanya, membuat Keke tetap semangat menuntut ilmu. Hidup di dunia hanyalah sementara akan tetapi akhirat itulah kehidupan yang kekal.

Apapun yang terjadi pada diri sendiri, berpikir-

lah bahwa Allah itu baik. Keke dalam film ini berkata:

Aku merasakan kebaikan Tuhan padaku dan melawan vonis kematian yang dikatakan dokter padaku, aku pun berjanji pada-Nya mulai saat itu untuk bersyukur akan kehidupan yang Ia berikan padaku.

Keke mengingatkan generasi penerus sebagai hamba Allah, harus bersabar dan berdoa kepada Tuhan yang Mahakuasa karena semua yang ada di bumi dan di langit adalah milik Allah SWT, jadi terserah Allah membuat scenario suatu kehidupan seperti apa. Manusia hanya bisa memprediksi dan terkadang prediksi itu salah, seperti dalam film ini Keke sedih ketika ayahnya menangis menolak permintaan dokter untuk melakukan operasi di wajahnya. Dokter bilang: “Apabila anak bapak tidak melakukan operasi, maka hidupnya tidak akan bertahan lama lebih dari 3 bulan”. Manusia boleh berkata dan memprediksi tapi Allah yang menentukan takdir hamba-Nya.

C. SIMPULAN

Selama ini film hanya dimaknai sebagai tontonan yang berfungsi menghibur. Dengan perspektif Komunikasi Penyiaran Islam yang dijiwai spirit dakwah, film bisa dimaknai sebagai media dakwah. Pesan-pesan dakwah bisa dimaknai dari teks-teks dalam film baik adegan, dialog, dan latar. Pesan-pesan yang dapat dimaknai dari film di antaranya nilai-nilai religius, sosial, moral dan nilai-nilai kemanusiaan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Al-Karim dan Terjemahan Bahasa Indonesia. (2006). Kudus: Menara Kudus.
- Danesi, Marcel. (2012). *Pesan Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dhea MA, Macam-Macam Nilai Menurut Prof. Notonegoro Dan Waber G.Everet <http://blogdeec.blogspot.com/2011/03/macam-macam-nilai-menurut-prof.html>.

- Fairclough, Norman. (1995). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*: Longman.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. London: Routledge.
- Fiske, Jhon. (2003). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Kamus besar bahasa indonesia online*, <http://kbbi.web.id>.
- Newcomb, H & Hirsch, P. (1994). *Television as a cultural forum, in Newcomb, H. (ed.), Television: The Cultural View*. London and New York: Oxford University Press.
- O'Shaughnessy, Michael & Stadler, Jane. (2005). *Media and Society: an Introduction Third Edition*. Oxford University Press.
- Piliang, Yasraf Amir. (2004). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Bandung: Jalasutra.
- Sampaikanlah Ilmu Dariku (Muhammad Saw) Walau Hanya Satu Ayat*, <http://peace-be-upon-moslem.blogspot.com/2013/01/sampaikanlah-ilmu-dariku-muhammad-saw.html>
- Sobur, Alex. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.



MEMBEDAH STRATEGI KAMPANYE PILGUB JAWA TENGAH 2013 DUET GANJAR PRANOWO-HERU SUJATMOKO

Supadiyanto

Dosen Akademi Komunikasi Indonesia (AKINDO), Jl. Laksda Adisucipto Km 6,5 Nomor 279,
Yogyakarta, padiyanto@yahoo.com

Abstract

Victory pair Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko are only carried by PDI Perjuangan duet Hadi Prabowo Murdono (coalition PKS, PKB, Gerindra, PPP, PKNU, Hanura) and Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmojo (a coalition of the Democratic Party, the PAN, the Party Golkar) in Central Java Governor Election 2013 to a very interesting political phenomenon perusal of political communication. The above facts can break the thesis that the steps form a coalition between the political parties in the democratic party five years, did not ensure victory for candidates contesting. Precisely solidity of a political party supported by the network infrastructure capable of defeating an opponent that is brought by a coalition of political parties that risky, no relationship is solid and easy to crack. This study is a qualitative research study of literature (literature study). Research conducted since the date of May 26 to July 7, 2013. Results showed that the campaign team Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko have to segment the electorate and political positioning accurately, faster, and more coordinated, making it easy to get the number of voters is greater than the two other competitors.

Keywords

strategy, campaign, central java gubernatorial elections

Abstrak

Kemenangan pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko yang hanya diusung oleh PDI Perjuangan atas duet Hadi Prabowo-Don Murdono (koalisi PKS, PKB, Partai Gerindra, PPP, PKNU, Partai Hanura) dan Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmojo (koalisi Partai Demokrat, PAN, Partai Golkar) dalam Pemilihan Gubernur Jawa Tengah 2013 menjadi fenomena politik yang sangat menarik menjadi bahan kajian komunikasi politik. Fakta di atas bisa mematahkan tesis bahwa langkah melakukan koalisi antar partai politik dalam pesta demokrasi lima tahunan, ternyata tidak menjamin kemenangan bagi kandidat yang bertarung. Justru soliditas dari sebuah partai politik yang didukung oleh jaringan infrastruktur mampu mengalahkan lawan yang diusung oleh partai politik koalisi yang riskan, tidak solid dan mudah retak hubungannya. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan kajian pustaka (studi literatur). Penelitian dilakukan sejak tanggal 26 Mei-7 Juli 2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tim sukses pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko telah melakukan segmentasi pemilih dan *positioning* politik secara tepat, cepat, dan lebih terkoordinasi, sehingga mudah mendapatkan suara pemilih dengan jumlah lebih besar dibandingkan dengan dua kompetitor lain.

A. PENDAHULUAN

Provinsi Jawa Tengah yang dihuni sebanyak 39,2 juta jiwa (data Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa Tengah 2013) atau sebanyak 32,9 juta jiwa (berdasarkan data Kementerian dalam Negeri RI 2013) telah melangsungkan Pilgub Jawa Tengah pada 26 Mei 2013 kemarin. Ada tiga hajatan Pilkada yang dapat menjadi barometer politik nasional, yaitu: Pilkada DKI Jakarta, Pilkada Jawa barat dan Pilkada Jawa Tengah. Pada Pilkada DKI Jakarta dan Jawa Barat telah menghasilkan permainan cantik antara koalisi PDI Perjuangan-Gerindra (Jokowi-Ahok) serta koalisi PKS-PPP-PBB-Partai Hanura (Ahmad Heryawan-Deddy Mizwar). Dalam Pilkada Jawa Tengah, duet Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko yang diusung PDI Perjuangan keluar sebagai pemenang, mengalahkan pasangan Hadi Prabowo-Don Murdono (koalisi PKS, PKB, Partai Gerindra, PPP, PKNU, Partai Hanura), Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmojo (koalisi Partai Demokrat, PAN, Partai Golkar) (Supadiyanto, 2012).

Pemilihan gubernur Jawa Tengah 2013 kemarin, pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko mendapatkan 6.962.417 suara (48,83 persen); Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmojo 4.314.813 suara (30,26 persen), dan Hadi Prabowo-Don Murdono memperoleh 2.982.715 suara (20,92 persen) dari total perolehan suara sah yaitu 14.259.445 suara di 35 kabupaten/kota (<http://www.kpu-JawaTengahprov.go.id>).

Padahal sebagai satu-satunya kandidat yang diusung hanya oleh satu partai politik saja, tentulah Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko harus melakukan perjuangan yang lebih berat jika dibandingkan dengan dua pasang kandidat lainnya, sehingga mereka bisa memenangi pesta demokrasi lima tahunan tersebut. Di sinilah dibutuhkan berbagai strategi kampanye Pilgub Jawa Tengah yang menarik, interaktif dan komprehensif, sehingga mampu menarik perhatian para pemilih untuk mengarahkan dukungannya secara masif kepada mereka.

Untuk itu tidak hanya dibutuhkan mesin partai

yang kuat dan sistematis, melainkan juga harus didukung dengan tim kampanye/sukses yang perfeksionistis yang mampu melakukan berbagai pendekatan kampanye disesuaikan dengan karakter atau tipologi pemilih (rasional, kritis, tradisional atau skeptis) di masing-masing daerah. Di samping itu juga dibutuhkan dukungan dana kampanye yang memadai guna membiayai seluruh kegiatan operasional kampanye tersebut, baik kampanye dialogis, kampanye monologis maupun model kampanye yang dilakukan melalui media massa cetak maupun elektronik, media luar ruangan (spanduk, pamflet, baliho dan lain sebagainya). Namun yang lebih penting lagi yakni, bagaimana para kandidat sendiri menampilkan kemampuan dan profesionalitasnya dalam membangun komunikasi politik dengan masyarakat pemilih.

Kalau dipetakan, ada banyak faktor dominan yang menentukan kemenangan pasangan kandidat Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah 2013. Langkah pertama yang mutlak dilakukan oleh setiap tim kampanye maupun tim sukses yakni melakukan segmentasi pasar (pemilih) di Jawa Tengah. Hal ini dilakukan untuk melakukan berbagai pemetaan (lanskap) politik terkini, kondisi riil pemilih di Provinsi Jawa Tengah sebagai dasar pertimbangan bagi penentuan pembuatan strategi kampanye Pilgub pada masing-masing daerah maupun masing-masing pemilih. Dalam konteks ini, peneliti sengaja secara purposif bermaksud membedah berbagai strategi kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sudjatmoko (PDI Perjuangan) sehingga mampu memenangkan Pilgub Jawa Tengah 2013. Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sudjatmoko dapat dipandang sebagai representasi kelompok abangan-birokrat, muda-tua dan sipil-sipil.

Ada tiga masalah pokok yang memiliki relevansi akademis untuk diungkapkan dalam penelitian ini. *Pertama*, bagaimanakah profil Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko? *Kedua*, bagaimanakah segmentasi pemilih pada pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dalam Pilgub Jawa Tengah 2013? *Ketiga*, bagaimanakah *positioning* politik

yang dilakukan pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dalam Pilgub Jawa Tengah 2013 untuk menarik dukungan massa (pemilih)?

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (diskriptif). Data penelitian diambil dari berbagai kajian pustaka (studi literatur). Waktu penelitian ini berlangsung sejak 26 Mei s/d 7 Juli 2013.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko

Secara ringkas, Ganjar Pranowo merupakan anggota DPR RI selama dua periode; yakni tahun 2004-2009 dan 2009-2014. Ia pernah berprofesi sebagai konsultan HRD PT Prakarsa. Pengalaman organisasinya dimulai dengan menjadi Mapala Majestik Fakultas Hukum dan Mapagama UGM, Gerakan Demokrat Kampus dan aktif menjadi pengurus DPP PDI Perjuangan.

Dalam struktur PDI Perjuangan pernah menjabat sebagai Ketua Departemen Nasional DPP PDI Perjuangan, Wakil Ketua Badan Penanggulangan Bencana DPP PDI Perjuangan, Anggota Bidang Penggalangan Panitia Pemenangan Pemilu DPP PDI Perjuangan dan Deputy I Badan Pendidikan dan Pelatihan Pusat PDI Perjuangan. Sedangkan bangku pendidikan formalnya ditempuh di SDN 1 Kutoarjo, SMPN 1 Kutoarjo, SMA BOPKRI Yogyakarta dan Fakultas Hukum UGM. Kini tengah merampungkan kuliahnya pada Program S2 Jurusan Ilmu Politik Pascasarjana UI Jakarta.

Heru Sujatmoko merupakan pejabat Bupati Purbalingga (2010-2015). Karirnya dirintis dari bawah yakni dengan menjadi staf bagian Pemerintahan Pemda Purbalingga (1974-1976), Mantri Polisi Kecamatan Kejobong, Purbalingga (1976-1978), Kabag Kesra Setda Purbalingga (1981-1982), Camat Bobotsari, Purbalingga (1982-1987), Camat Purbalingga, Purbalingga (1987-1988), Kabag Kesra Purbalingga (1988-1991), Kepala BP-7 Purbalingga (1991-1998), Pj Sekda Kudus (1998-

2005), dan Wakil Bupati Purbalingga (2005-2010). Pendidikan formalnya ditempuh di Magister Administrasi Publik UNDIP (lulus 2003), Institut Ilmu Pemerintahan (IIP) Depdagri (lulus 1981), Akademi Pemerintahan Dalam Negeri (APDN) (lulus 1974), SD Kedunglegok, Kemangkon Purbalingga (lulus 1964), SMP 2 Purbalingga (lulus 1967), dan SMA 1 Purbalingga (lulus 1970).

Segmentasi Pemilih (Pasar)

Segmentasi merupakan konsep yang digunakan dalam banyak domain *marketing*, yang digagas oleh Smith (1956) yang mengasumsikan bahwa konsumen terdiri dari komponen-komponen yang tidak sama alias heterogen, sedangkan heterogenitas konsumen ini akan mempengaruhi tingkat dan jenis permintaan konsumen, serta masing-masing segmen pasar dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya dan juga dapat dibedakan dengan karakteristik pasar secara keseluruhan.

Dalam konteks politik, segmentasi menjadi sangat penting dilakukan untuk memudahkan partai politik dalam menganalisis perilaku masyarakat, mengingat masyarakat terdiri dari berbagai kelompok yang memiliki latar belakang dan karakteristik berbeda, sehingga masing-masing kelompok membutuhkan pendekatan dalam berkomunikasi yang berbeda satu dengan lainnya. Segmentasi ini penting juga digunakan untuk menyusun program kerja partai politik, terutama cara berkomunikasi dan membangun interaksi dengan masyarakat. Tanpa segmentasi, partai politik akan kesulitan dalam menyusun pesan politik, program kerja, kampanye politik, sosialisasi, dan produk politik (Firmanzah, 2007: 190-191).

Ada dua kategori besar dalam teknik segmentasi. *Pertama*, faktor-faktor yang bersifat dasar dan *given*, di mana masyarakat terkelompokkan berdasarkan kedekatan geografis, demografis, psikologis, perilaku dan kondisi sosial. *Kedua*, faktor cara berinteraksi individu terhadap suatu permasalahan; sehingga pemilih terkelompokkan dalam pemilih rasional, tradisional, kritis dan skeptis atau mendua (diadopsi dari Kollat, dkk, 1972; Dalrym-

ple dan Parsons, 1976; Cui dan Liu, 2001). Adapun segmentasi pasar (pemilih) Jawa Tengah sebagai berikut:

1. Geografis

Masyarakat Jawa Tengah dapat disegmentasi berdasarkan geografis dan kerapatan (*density*) populasi. Jawa Tengah secara administratif merupakan sebuah provinsi yang ditetapkan dengan Undang-undang Nomor 10/1950 tanggal 4 Juli 1950, letaknya diapit oleh dua provinsi besar yaitu Jawa barat dan Jawa timur, dan sebuah provinsi kecil bernama Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara administratif provinsi Jawa Tengah terbagi menjadi 29 kabupaten dan 6 kota. Luas wilayah Jawa Tengah sebesar 3,25 juta hektar atau sekitar 25,04 persen dari luas pulau Jawa (1,7 persen luas Indonesia). Luas yang terdiri dari 1 juta hektar (30,8 persen) lahan sawah dan 2,25 juta hektar (69,20 persen) bukan lahan sawah.

Jawa Tengah memiliki lahan kering yang dipakai untuk tegalan, kebun, ladang, atau rumah sebesar 34,36 persen dari total bukan lahan sawah. Persentase tersebut merupakan yang terbesar, dibandingkan presentase penggunaan bukan lahan sawah yang lain. Menurut Stasiun Klimatologi Kelas 1 Semarang, suhu udara rata-rata di Jawa Tengah berkisar antara 18-28 derajat celcius. Tempat-tempat yang letaknya dekat pantai mempunyai suhu udara rata-rata relatif lebih tinggi. Suhu rata-rata tanah berumput (kedalaman 5 cm) berkisar antara 17-35 derajat celcius. Curah hujan terbanyak terdapat di Stasiun Meteorologi Pertanian khusus batas Salatiga sebanyak 3.990 mm, dengan hari hujan 195 hari. Provinsi Jawa Tengah dibagi dalam beberapa wilayah administrasi, meliputi: 29 kabupaten, 6 kota, 565 kecamatan, 764 kelurahan dan 7.804 desa (Wikipedia).

Jumlah penduduk Jawa Tengah adalah 39,2 juta jiwa (data Dinas Tenaga kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa Tengah 2013). Namun berdasarkan data yang dimiliki Kementerian Dalam Negeri RI 2013 adalah sebanyak 32,9 juta jiwa. Perbedaan data yang sangat mencolok ini, jelas menjadi tanda tanya; sebab berpeluang besar terjadinya penyalah-

gunaan dan dalam konteks pembangunan dapat mengacaukan kebijakan pembangunan yang akan digulirkan. Tingkat kepercayaan masyarakat pada lembaga pemerintahan juga akan menurun, sebab dua data yang berbeda di atas sama-sama dikeluarkan oleh instansi pemerintahan. Hal tersebut, semestinya tidak boleh terjadi.

Provinsi Jawa Tengah sendiri terdiri atas 35 kabupaten/kota, meliputi: Kota Semarang (ada 1,4 juta orang), Kabupaten Semarang (ada 880 ribu orang), Kendal (ada 883 ribu orang), Salatiga (ada 160 ribu orang), Demak (ada 160 ribu orang), Kudus (ada 740 ribu orang), Jepara (ada 1,1 juta orang), Blora (ada 827 ribu orang), Grobogan (ada 1,3 juta orang), Rembang (ada 577 ribu orang), Pati (ada 1,2 juta orang), Sragen (ada 860 ribu orang), Karanganyar (ada 813 ribu orang), Wonogiri (ada 1 juta orang), Boyolali (ada 927 ribu orang), Klaten (ada 1,1 juta orang), Sukoharjo (ada 809 ribu orang), Kota Surakarta (ada 489 ribu orang), Kota Magelang (ada 120 ribu orang), Kabupaten Magelang (ada 1,1 juta orang), Purworejo (ada 709 ribu orang), Wonosobo (ada 760 ribu orang), Temanggung (ada 696 ribu orang). Di samping itu, Kebumen (ada 1,2 juta orang), Banjarnegara (ada 885 ribu orang), Purbalingga (ada 848 ribu orang), Banyumas (ada 1,5 juta orang), Cilacap (ada 1,6 juta orang), Brebes (ada 1,7 juta orang), Kota Tegal (ada 242 ribu orang), Kabupaten Tegal (ada 1,4 juta orang), Batang (ada 694 ribu orang), Kabupaten Pekalongan (ada 832 ribu orang), Kota Pekalongan (ada 272 ribu orang), dan Pemalang (ada 1,3 juta ribu orang).

Dengan melihat data geografis dan jumlah penduduk pada masing-masing kabupaten/kota se-Jawa Tengah di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya sebagian besar wilayah Jawa Tengah berupa pedesaan dan memiliki kawasan pantai yang cukup luas. Konsentrasi penduduk terjadi pada kota/kabupaten yang secara ekonomi relatif memiliki banyak potensi daerah. Tercatat, ada sebanyak 14 kabupaten/kota di Jawa Tengah yang memiliki jumlah penduduk lebih dari 1 juta jiwa, yaitu: Brebes, Cilacap, Banyumas, Kabupaten Tegal,

Kota Semarang, Pemalang, Grobogan, Kebumen, Pati, Kabupaten Magelang, Klaten, Jepara, Demak, dan Wonogiri. Dengan melakukan pensemmentasian pemilih berdasarkan aspek geografis di atas, tim sukses pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dapat melakukan pendekatan komunikasi politik yang bisa disesuaikan dengan keadaan geografis maupun orientasi kepadatan penduduk. Artinya, kegiatan kampanye Pilgub Jawa Tengah pada jumlah penduduk yang lebih padat penduduknya atau pada 14 kabupaten/kota di Jawa Tengah di atas dilakukan lebih intensif dibandingkan dengan 21 kabupaten/kota lain yang penduduknya lebih kecil.

2. Demografis

Demografi dapat membedakan pemilih berdasarkan kategori umur, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, pekerjaan dan kelas sosial. Sebagian besar penduduk Jawa Tengah berprofesi dalam bidang pertanian (42,34 persen), diikuti dengan perdagangan (20,91 persen), industri (15,71 persen), dan jasa (10,98 persen). Namun ada juga yang berprofesi sebagai nelayan, terutama mereka yang tinggal di dekat pantai. Sebagian kecil lain sebagai PNS, TNI/Polri dan profesi lainnya. Jumlah penduduk Provinsi Jawa Tengah yang sebesar 32.908.850 jiwa, terdiri atas 16.540.126 wanita dan 16.368.724 pria. Dengan demikian, jumlah penduduk berjenis kelamin lelaki lebih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah penduduk berjenis kelamin wanita. Atau jumlah penduduk wanita lebih besar daripada jumlah penduduk pria.

Luas wilayah Jawa Tengah adalah 32.544,12 kilometer persegi, sehingga kepadatan penduduk rata-rata adalah 12.554,55 jiwa per kilometer persegi (940.252,86 per kabupaten/kota). Sebagian besar masyarakat berpendidikan SD/MI yaitu sebesar 35,47 persen dan SLTP/MTs sebesar 16,57 persen. Ternyata sebesar 31,8 persen yang tidak tamat sekolah (tidak punya ijazah) dan 3,35 persen berpendidikan tinggi (diploma maupun sarjana). Persentase penduduk yang dapat membaca dan menulis huruf latin dan lainnya pada tahun 2005 ternyata sebesar 88,87 persen, sedangkan yang buta

huruf sebesar 11,13 persen. Persentase penduduk yang buta huruf pada perempuan yaitu sebesar 7,78 persen lebih tinggi daripada laki-laki yang hanya sebesar 3,35 persen.

Bersandarkan pada data Biro Pusat Statistik (2 Januari 2013), jumlah penduduk miskin di Jawa Tengah sebanyak 4.863.410 jiwa. Jumlah tersebut menempatkannya sebagai provinsi dengan jumlah penduduk termiskin kedua setelah Provinsi Jawa timur yang dihuni penduduk miskin setinggi 4.960.540 orang. Sedangkan total penduduk miskin di Indonesia saat ini adalah 28.594.640 orang. Dengan demikian, secara regional, kekuatan ekonomi Jawa Tengah masih tergolong dalam kelompok masyarakat “menengah-ke bawah”. Dengan kata lain, pendapatan bulanan atau harian sebagian penduduk Jawa Tengah tergolong pas-pasan, bahkan dapat dikatakan minus atau lebih rendah dari Upah Minimum Provinsi Jawa Tengah yang sudah ditetapkan pemerintah.

Berdasarkan data KPUD Jawa Tengah, jumlah penduduk Jawa Tengah yang berhak memiliki hak pilih pada Pilgub Jawa Tengah 2013 sekitar 27.385.985 jiwa. Di mana mereka tinggal dengan sebaran daerah sebagai berikut: Kota Semarang (1 juta pemilih), Kabupaten Semarang (622 ribu pemilih), Kendal (608 ribu pemilih), Salatiga (116 ribu pemilih), Demak (682 ribu pemilih), Kudus (520 ribu pemilih), Jepara (713 ribu pemilih), Blora (590 ribu pemilih), Grobogan (893 ribu pemilih), Rembang (408 ribu pemilih), Pati (850 ribu pemilih), Sragen (614 ribu pemilih), Karanganyar (587 ribu pemilih), Wonogiri (746 ribu pemilih), Boyolali (633 ribu pemilih), Klaten (822 ribu pemilih), Sukoharjo (583 ribu pemilih), Kota Surakarta (360 ribu pemilih), Kota Magelang (85 ribu pemilih), Kabupaten Magelang (801 ribu pemilih), Purworejo (500 ribu pemilih), Wonosobo (510 ribu pemilih), Temanggung (493 ribu pemilih). Di samping itu, Kebumen (790 ribu pemilih), Banjarnegara (606 ribu pemilih), Purbalingga (583 ribu pemilih), Banyumas (1,1 juta pemilih), Cilacap (1,1 juta pemilih), Brebes (1,2 juta pemilih), Kota Tegal (169 ribu pemilih), Kabupaten Tegal (942

ribu pemilih), Batang (470 ribu pemilih), Kabupaten Pekalongan (545 ribu pemilih), Kota Pekalongan (182 ribu pemilih), dan Pemalang (864 ribu pemilih).

Merujuk pada berbagai data demografis masyarakat Jawa Tengah di atas, tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko telah melakukan penyusunan berbagai program dan strategi kampanye Pilgub Jawa Tengah yang relevan dengan kecenderungan yang dimiliki penduduk Jawa Tengah. Mayoritas penduduk Jawa Tengah adalah kaum petani, sebagian besar penduduknya berpendapatan rendah karena mayoritas hanya berpendidikan SD/MI, didominasi oleh penduduk berjenis kelamin wanita, serta kaum abangan jauh lebih banyak jumlahnya ketimbang kaum santri maupun priyayi, mengharuskan adanya pembuatan program dan strategi kampanye Pilgub yang tepat dengan kondisi demografis tersebut. Data demografis di atas bisa dijadikan landasan utama dalam menyusun isi pesan kampanye Pilgub yang dikemas pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko. Dan memberikan panduan untuk membuat berbagai versi desain kampanye Pilgub yang ditujukan kepada kaum petani di Jawa Tengah yang menjadi mayoritas pertama, kemudian iklan kampanye Pilgub yang ditujukan kepada kalangan pedagang yang menjadi kelompok mayoritas kedua, iklan kampanye Pilgub untuk kelompok industri yang menjadi kelompok mayoritas ketiga, dan iklan kampanye Pilgub untuk kelompok jasa atau buruh yang menjadi mayoritas keempat.

3. Psikografis

Psikografi didasarkan pada kebiasaan (tradisi), pola hidup, dan perilaku masyarakat yang berhubungan dengan isu-isu politik. Mayoritas penduduk Jawa Tengah adalah suku Jawa. Jawa Tengah dikenal sebagai pusat budaya Jawa, di mana di Kota Surakarta dan Yogyakarta terdapat pusat istana kerajaan Jawa yang masih berdiri hingga kini. Suku minoritas yang cukup signifikan adalah Tionghoa, terutama di kawasan perkotaan meskipun di daerah pedesaan juga ditemukan. Pada umumnya mereka bergerak di bidang perdagangan

dan jasa. Komunitas Tionghoa sudah berbaur dengan suku Jawa, dan banyak di antara mereka yang menggunakan bahasa Jawa dengan logat yang kental sehari-harinya. Selain itu di beberapa kota-kota besar di Jawa Tengah ditemukan pula komunitas Arab-Indonesia. Mirip dengan komunitas Tionghoa, mereka biasanya bergerak di bidang perdagangan dan jasa. Di daerah perbatasan dengan Jawa barat terdapat pula orang Sunda yang sarat akan budaya Sunda, terutama di wilayah Cilacap, Brebes, dan Banyumas. Di pedalaman Blora (perbatasan dengan provinsi Jawa timur) terdapat komunitas Samin yang terisolir, yang kasusnya hampir sama dengan orang Kanekes di Banten.

Sebagian besar penduduk Jawa Tengah beragama Islam (Muslim) dan mayoritas tetap mempertahankan tradisi kejawaan yang dikenal dengan istilah abangan. Agama lain yang dianut adalah Kristen Protestan, Katolik, Hindu, Budha, Konghucu, dan puluhan aliran kepercayaan. Penduduk Jawa Tengah dikenal dengan sikap tolerannya. Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi dengan populasi umat Kristen dan Katolik terbesar di Indonesia.

Berdasarkan data psikografis masyarakat Jawa Tengah di atas, tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko menyusun berbagai strategi kampanye Pilgub yang mampu menyentuh psikologis dan karakter masyarakat yang didominasi Islam-abangan (nasionalis), yang menjadikan pusat-pusat ibadah, tempat jagongan, ronda, arisan, rapat RT ataupun ruang publik sebagai sarana untuk saling bertukar informasi dan mendapatkan pengetahuan yang baru dari para tokoh masyarakat maupun anggota masyarakat lainnya.

4. Perilaku

Masyarakat dapat dikelompokkan berdasarkan proses pengambilan keputusan, intensitas ketertarikan dan keterlibatan dengan isu politik, lokalitas dan perhatian terhadap permasalahan politik. Masing-masing kelompok memiliki perilaku yang berbeda-beda sehingga perlu diidentifikasi. Kesadaran politik masyarakat Jawa Tengah dalam



pesta demokrasi lima tahunan dalam 10 tahun terakhir tergolong cukup rendah. Terbukti angka golput pada Pemilu 2009 sebesar 41,55 persen dan pada Pilgub Jawa Tengah 2008 sebesar 45,25 persen.

Kaum wanita juga cukup rendah dalam ikut berkompetisi dengan menjadi calon anggota legislatif maupun eksekutif di Jawa Tengah maupun pada tingkat nasional. Wajarlah jumlah politisi wanita juga menjadi lebih sedikit ketimbang jumlah politisi pria. Dengan demikian, kenyataan tersebut diberdayakan oleh tim kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko untuk mengusung program-program kampanye Pilgub yang peduli atau memperjuangkan nasib wanita. Mengingat juga mayoritas penduduk Jawa Tengah juga dihuni oleh kaum wanita.

Berdasarkan hasil penelitian dari LPSI (Januari 2013), akses publik terhadap media di Jawa Tengah tertinggi adalah terhadap televisi yang mencapai angka 80,7 persen. Kebiasaan membaca koran setiap hari sebesar 8,8 persen, kebiasaan mendengarkan radio setiap hari setinggi 9,2 persen dan kebiasaan mengakses internet setiap hari sebanyak 4,4 persen dan waktu menonton televisi pada *prime time* setinggi 55,5 persen. Teori difusi inovasi dan *one way communication* amat mempercayai bahwa media massa memiliki kekuatan penuh membentuk opini publik, bahkan mampu mengarahkan diskusi publik.

Bersandarkan pada hasil penelitian tentang Studi Perilaku Memilih pada Pilgub Jawa Tengah 2008 yang pernah dilakukan oleh tim peneliti *Center for Social and Political Studies (CSPS)* FISIP Universitas Diponegoro (2008). Salah satu hasil yang menarik dari kajian tersebut, yang meneliti sebanyak 2400 responden yang tersebar di 6 kabupaten/kota (Rembang, Surakarta, Semarang, Purworejo, Pekalongan dan Banyumas) yakni menyatakan bahwa pihak luar yang memengaruhi keputusan memilih para responden adalah: keluarga (46 persen), partai politik (10,4 persen), teman (8,1 persen), tokoh panutan (7,1 persen), tetangga (5,7 persen), organisasi (4,3 persen),

kampanye (3,8 persen, iklan media (1,4 persen), *polling* (0,5 persen), lainnya (12,8 persen).

Dari data di atas dapat diinterpretasikan bahwa penduduk Jawa Tengah yang jumlah penduduk miskinnya terbesar kedua se-Indonesia setelah Provinsi Jawa timur; memiliki kecenderungan khas. Yakni perilaku sekaligus sikap politik mereka cukup dominan dipengaruhi oleh keluarga. Khususnya perilaku dan sikap politik yang dimiliki oleh orang tua (ayah-ibu) akan mendeckte perilaku maupun sikap politik anak-anak mereka yang sudah memiliki hak memilih. Atau sebaliknya, keputusan politik dari anak-anak mereka (bisa jadi karena pendidikannya lebih tinggi daripada orang tuanya yang berpendidikan rendah) bisa mendeckte keputusan politik dari orang tua mereka. Jadi sesungguhnya pengaruh kampanye dan iklan politik melalui media massa sangat kecil. Dengan demikian, kampanye Pilgub Jawa Tengah 2013 yang bebasiskan keluarga, juga menjadi alternatif cerdas untuk meningkatkan peluang untuk memenangi kompetisi demokrasi tersebut (Supadiyanto, 2013).

Dalam konteks Jawa Tengah, media massa yang sangat berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan dan perilaku publik adalah televisi. Fakta di atas memberikan pesan penting, bahwa sebagian besar masyarakat Jawa Tengah menjadikan televisi sebagai sumber informasi utama. Hal tersebut harus bisa direspons oleh tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko untuk lebih memberikan porsi iklan di media televisi lokal maupun nasional daripada media cetak maupun media radio dan elektronik. Artinya juga, anggaran biaya iklan kampanye Pilgub pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko pada media televisi harus memiliki anggaran yang jauh lebih besar ketimbang anggaran iklan untuk jenis media massa yang lainnya.

Bila dipetakan secara psikografis, penduduk Jawa Tengah yang tinggal di 35 kabupaten/kota dapat dikelompokkan menjadi tiga grup: yakni daerah agamis, sosialis dan nasionalis. Kawasan agamis adalah: Blora, Grobogan, Rembang, Pati,

Demak, Jepara, Kudus, Kendal, Magelang, Kota Magelang, Wonosobo, Kebumen, Pekalongan, Kota Pekalongan dan Pemalang. Sedangkan kawasan sosialis meliputi: Purworejo, Temanggung, Banjarnegara, Banyumas, Purbalingga, Cilacap, Brebes, Tegal dan Kota Tegal. Dan kawasan nasionalis terdiri atas: Semarang, Kota Semarang, Salatiga, Boyolali, Karanganyar, Sukoharjo, Sragen, Wonogiri, Klaten, Kota Surakarta.

Tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko diusung oleh PDI Perjuangan yang memiliki basis pendukung nasionalis menetapkan tiga strategi kampanye sekaligus. Di kawasan-kawasan nasionalis, strategi kampanye Pilgub pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko diorientasikan untuk semakin mengokohkan loyalitas pendukungnya. Di kawasan berbasis sosialis, strategi kampanye Pilgub pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko bertujuan untuk memengaruhi sekaligus meyakinkan kepada para pemilih agar mencondongkan pilihan dan dukungannya kepada pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko; tentu saja dengan menawarkan program-program yang sosialis. Sedangkan di kawasan agamis, strategi kampanye Pilgub pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko diskenariokan untuk merebut simpati masyarakat, yakni dengan mendekati tokoh-tokoh agama maupun tokoh masyarakat di kawasan tersebut seperti para kyai atau pemimpin pondok pesantren. Di samping itu juga dengan mendekati tokoh-tokoh organisasi masyarakat seperti NU dan Muhammadiyah se-Jawa Tengah. Mengingat segala pendapat yang dimiliki oleh para kyai dan tokoh masyarakat setempat dijadikan acuan bagi penentuan sikap politik maupun sikap dalam kehidupan sehari-hari penduduk.

5. Sosial-Budaya (Kultural)

Pengelompokkan masyarakat dapat dikelompokkan melalui karakteristik sosial dan budaya. Klasifikasi seperti budaya, suku, etnik, dan ritual spesifik seringkali membedakan intensitas, kepentingan dan perilaku terhadap isu-isu politik. Dalam konteks ini, mayoritas penduduk Jawa Tengah ada-

lah suku Jawa. Bahasa keseharian yang digunakan adalah dengan menggunakan bahasa Jawa.

Di samping bahasa Jawa, di Jawa Tengah dikenal beragam dialektika lain seperti: dialek Pekalongan, dialek Kedu, dialek Bagelen, dialek Semarang (Kota Semarang), dialek Pantai Utara Timur (Jepara, Rembang, Demak, Kudus, Pati), dialek Blora, dialek Surakarta, dialek Yogyakarta, dialek Madiun, dialek Banyumasan (Ngapak) dan dialek Tegal-Brebes. Ada pula wilayah-wilayah berpenduduk Sunda, yaitu di Kabupaten Brebes bagian selatan, dan Kabupaten Cilacap utara sekitar Kecamatan Dayeuhluhur, orang Sunda masih menggunakan bahasa Sunda dalam kehidupan sehari-harinya. Di Jawa Tengah beredar berbagai media massa cetak dan elektronik, yang turut mempengaruhi dinamika politik, ekonomi, sosial dan budayanya. Semarang, Surakarta, Purwokerto, dan Tegal merupakan kota-kota yang memiliki stasiun relai televisi swasta nasional. Beberapa stasiun televisi lokal di Jawa Tengah adalah TV Borobudur, Pro-TV, Cakra Semarang TV dan TVKU (Semarang), Simpang 5 TV (Pati), TATV (Surakarta), Tegal TV (Tegal), Ratih TV (Kebumen), Batik TV (Pekalongan), dan Banyumas TV (Banyumas). Sedangkan surat kabar yang berbeda di sana antara lain: Suara Merdeka, Harian Banyumas, Harian Tegal, Harian Semarang, Wawasan, Harian Pekalongan, Radar Solo, Radar Jogja, Radar Semarang, dan Radar Kudus, Tribun Jawa Tengah, Koran Sindo Jawa Tengah, Jawa Tengah Pos, Solopos, Radar Tegal, Radar Banyumas, Joglosemar, Kedaulatan Rakyat, Barometer, Magelang Ekspres, Kompas, Media Indonesia, Tempo, Jawa Pos.

Ratusan PTN/S dengan label akademi, sekolah tinggi, institut dan universitas berdiri di Jawa Tengah. Antara lain Universitas Diponegoro Semarang, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Universitas Jenderal Sudirman Purwokerto, IAIN Walisongo Semarang, Universitas Negeri Semarang, Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Akademi Militer Magelang, Akademi Kepolisian Semarang. Keberadaan berbagai PTN dan PTS di



atas jelas berkontribusi besar dalam turut memajukan pembangunan kawasan Jawa Tengah. Berkat pendidikan berbasis perguruan tinggi tersebut, melahirkan para sarjana maupun ahlimadya yang semakin meningkatkan mutu SDM penduduk Jawa Tengah. Di samping itu berbagai lembaga pendidikan tinggi, hadir juga pondok-pondok pesantren yang terkonsentrasi di berbagai kabupaten/kota di Jawa Tengah. Lembaga pendidikan agama tersebut melahirkan para kader ulama dan tokoh masyarakat, yang turut mewarnai dinamika kehidupan di Jawa Tengah.

Melihat berbagai data sosial-budaya di atas, menjadi bahan pertimbangan utama bagi tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dalam menyusun berbagai strategi dan program kampanye di berbagai daerah yang disesuaikan dengan realitas sosial dan budaya Jawa Tengah. Hal itu dilakukan agar mendapatkan simpati dan dukungan dari para pemilih. Dalam konteks ini, basis kampus dan pondok pesantren perlu mendapatkan perhatian besar dalam kegiatan kampanye Pilgub Jawa Tengah.

6. Sebab-Akibat

Analisis ini bersandarkan pada metode pengelompokan berdasarkan pemilih (*voters*). Di mana pemilih dapat dikelompokkan berdasarkan pemilih rasional, tradisional, kritis dan skeptis. Pemilih rasional adalah jenis pemilih yang tidak mementingkan ikatan ideologis kepada satu partai politik atau seorang kontestan. Di samping itu jenis pemilih ini juga memiliki orientasi tinggi pada *policy problem solving* dan berorientasi rendah untuk faktor ideologi. Mereka lebih mengutamakan kemampuan partai politik atau calon kontestan dalam program kerjanya; di mana program kerja atau *platform* bisa dilihat dari kinerja partai politik di masa lampau (*backward looking*) dan tawaran program untuk menyelesaikan permasalahan nasional yang ada (*forward looking*).

Pemilih kritis adalah perpaduan antara tingginya orientasi pada kemampuan partai politik atau seorang kontestan dalam menuntaskan permasalahan bangsa maupun tingginya orientasi mereka

akan hal-hal yang bersifat ideologis. Jika terjadi perbedaan antara nilai ideologi dengan *platform* partai politik, maka pemilih kritis memiliki tiga langkah taktis yakni: memberikan kritik internal, frustrasi (putus asa) dan membuat partai politik baru yang memiliki kemiripan karakteristik ideologi dengan partai politik lama.

Pemilih tradisional adalah jenis pemilih yang mengutamakan figur dan kepribadian pemimpin, mitos, dan nilai historis sebuah partai politik atau seorang kontestan; di mana karakteristik dasar mereka adalah tingkat pendidikan yang rendah dan sangat konservatif dalam memegang nilai dan faham yang dianut. Pemilih skeptis yakni jenis pemilih yang tidak memiliki orientasi ideologi cukup tinggi dengan sebuah partai politik atau seorang kontestan, juga tidak menjadikan kebijakan sebagai sesuatu yang penting. Pada umumnya mereka akan bertindak sebagai Golput dalam berbagai pesta demokrasi dan tidak memiliki ikatan emosional dengan sebuah partai politik maupun seorang kontestan (Firmanzah, 2007: 134-139).

Berdasarkan data pemilu legislatif 2009 yang diikuti sebanyak 44 parpol, perolehan suara PDI Perjuangan di Jawa Tengah adalah 3.438.306 suara. Total suara sah yakni: 14.962.060 suara; dan suara tidak sah (gugur) sebesar: 3.570.417 suara.

Sementara pada pemilu legislatif 2004 yang diikuti sebanyak 24 parpol, PDI Perjuangan di Jawa Tengah memperoleh suara sebesar: 5.262.749 suara; dengan total suara sahnya adalah 17.644.333 suara. Sedangkan pada Pilpres 2004 putaran I, pasangan Megawati-Hasyim Muzadi di Jawa Tengah mendapatkan dukungan suara sebesar: 5.807.127 suara (31,81 persen), lebih unggul ketimbang perolehan suara yang dimiliki oleh pasangan SBY-JK yang hanya mendapatkan sebesar: 5.276.432 suara (28,9 persen), total suara sah adalah: 18.256.002 suara. Namun pada Pilpres 2004 putaran II, perolehan suara pasangan Mega-Hasyim di Jawa Tengah mendapatkan: 8.409.066 suara (48,33 persen) dan SBY-JK memperoleh: 8.991.744 suara (51,67 persen). Total suara sahnya adalah: 17.400.810 persen.

Kesadaran politik masyarakat Jawa Tengah dalam pesta demokrasi lima tahunan dalam 10 tahun terakhir tergolong cukup rendah. Terbukti angka golput pada pemilu 2009 sebesar 41,55 persen dan pada Pilgub Jawa Tengah 2008 sebesar 45,25 persen. Sementara pada Pilgub Jawa Tengah 2013, diprediksikan lebih dari 45 persen. Membaca data-data di atas, dapat disimpulkan bahwa pemilih skeptis di Jawa Tengah jumlahnya cukup tinggi. Kemampuan para tim sukses pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko menarik para pemilih skeptis, menjadi pemilih kritis, atau paling tidak menjadi pemilih rasional, tentu saja membutuhkan strategi kampanye pilgub yang tidak hanya menyentuh kesadaran hati dan kesadaran berpikir dari para pemilih skeptis.

Mengingat sebagian besar penduduk Jawa Tengah masih berpendidikan rendah, maka sudah sangat wajar bahwa jumlah pemilih tradisionalnya juga cukup tinggi yang tersebar hampir merata di 35 kabupaten/kota se-Jawa Tengah. Pemilih kritis dan rasional, pada umumnya adalah orang-orang terpelajar dan memiliki basis perekonomian kuat. Untuk mendapatkan dukungan dari empat model pemilih di atas (rasional, kritis, tradisional, dan skeptis) membutuhkan empat model kampanye pilgub yang disesuaikan dengan karakteristik sebab-akibat.

Positioning Politik

Positioning politik merupakan segala aktivitas politik untuk menanamkan kesan dibenak para pemilih agar mereka bisa membedakan *platform* maupun identitas dari satu partai politik dengan partai politik yang lainnya. Maka setiap partai politik harus mampu menempatkan produk politik dan citra politik dalam benak masyarakat. Untuk dapat tertanam dalam benak publik, produk dan citra politik harus memiliki sesuatu yang berbeda dibandingkan dengan produk-produk politik lainnya. Permasalahan mendasar dalam *positioning* adalah penciptaan citra konsistensi yang mengerucut pada suatu tema tertentu, di mana citra politiknya terdiri atas program kerja partai politik, isu politik dan citra pemimpin partai politik

(Firmanzah, 2007: 196-19).

Dalam konteks kampanye Pilgub Jawa Tengah, sebagai bagian dari kampanye politik, bertujuan untuk menggiring pemilih ke bilik suara dengan strategi mobilisasi dan berburu pendukung *push marketing*. Citra menjadi penting, karena citra politik terdiri atas program kerja pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah, isu politik yang diangkat dan citra personal Calon Gubernur dan Wakil Gubernur sekaligus pimpinan partai politik pengusung kandidat tersebut.

Tentu saja, *positioning* politik ini dilakukan dengan mendasarkan segala data yang diperoleh dari proses segmentasi pasar di atas (geografi, demografi, psikografi, perilaku, sosial-budaya dan sebab akibat). Adapun rancangan langkah-langkah yang ditempuh oleh tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko untuk menguatkan citra politik (*positioning*) pasangan yang diusung oleh PDI Perjuangan tersebut meliputi:

1. Penetapan Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan *platform* politik yang ditetapkan sebagai landasan filosofis, operasional bagi setiap strategi, kebijakan dan aktivitas politik setiap organisasi institusional maupun bersifat personal. Visi dan misi yang dimiliki pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko adalah “Jawa Tengah Berdikari”. Di mana visi dan misi tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut:

- a. Ekonomi: ekonomi kerakyatan dan kedaulatan pangan.
- b. Reformasi birokrasi: pemerintahan yang bersih, transparan dan berorientasi pada pelayanan publik.
- c. Pendidikan: modernisasi sarana dan prasarana.
- d. Agama, seni dan budaya: toleransi antarumat beragama serta membangkitkan nilai-nilai seni dan budaya.
- e. Lingkungan dan energi: gerakan reboisasi lahan-lahan kritis, penataan tata ruang wilayah serta pemanfaatan sumber daya alam.

- f. Kesehatan: pemenuhan kebutuhan kesehatan dasar.
- g. Infastruktur: peningkatan kualitas dan kuantitas infrastruktur.

2. Program Kerja

Untuk mewujudkan visi dan misi “Jawa Tengah Berdikari”, disusun delapan program kerja, meliputi:

- a. Paket bersih: “Melaksanakan reformasi birokrasi sesuai prinsip pemerintahan yang baik dan bertanggung jawab kepada rakyat”.
- b. Paket sejahtera: “Mengatasi Kemiskinan dengan memberdayakan ekonomi kerakyatan”.
- c. Paket mandiri: “Mendorong ekonomi desa untuk mewujudkan kemandirian petani dan nelayan”.
- d. Paket sehat: “Meningkatkan layanan kesehatan yang berkualitas dan berpihak pada publik”.
- e. Paket pintar: “Mempercepat pemerataan kualitas pendidikan di tingkat dasar dan menengah”.
- f. Paket sarana: “Mempercepat pembangunan infrastruktur yang terintegrasi”.
- g. Paket lingkungan: “Melestarikan lingkungan hidup dan mengembangkan energi alternatif”.
- h. Paket kebudayaan: “Melakukan revitalisasi seni, budaya dan wisata”.

3. Tagline

Untuk membuat *tagline*, slogan atau tema kampanye Pilgub Jawa Tengah yang efektif dan baik, Hafied Cangara menetapkan enam kriteria ideal. Yakni *tagline* harus pendek, padat dan mudah diingat, segar dan aktual; menjadi slogan yang populer; mencerminkan atau mewarnai program yang akan dilaksanakan; menarik perhatian publik dan menjadi motivasi para pengurus dan anggota partai politik; serta menjadi fokus perjuangan partai politik (Cangara, 2009: 340).

Adapun *tagline* yang dibuat oleh tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo dan Heru Sujatmoko adalah: “*Mboten Korupsi, Mboten Ngapusi*”. *Tagline* memiliki makna filosofis yakni berkomitmen dalam memberantas berbagai skandal korupsi, di mana Jawa Tengah selama ini masih dikenal sebagai lahan bagi para pejabat koruptor. Terbukti dalam dua dekade terakhir, ada 16 mantan kepala daerah di Jawa Tengah yang menjadi terdakwa berbagai kasus korupsi.

Tagline juga berkomitmen pada pembentukan pemerintahan daerah yang transparan dan jujur alias tidak berbohong kepada publik. *Tagline* menggunakan bahasa Jawa, dengan dalih karena masyarakat Jawa Tengah dalam sehari-hari menggunakan dialektika bahasa Jawa. Sehingga *tagline* tersebut lebih dekat di hati masyarakat Jawa Tengah; daripada ketika dikemas dalam bahasa Indonesia, apalagi dalam bahasa Inggris. *Tagline* berbahasa Jawa di atas, memang sengaja didesain “*njawantengahi*”.

Di samping *tagline* utama, juga dikembangkan model *tagline* lainnya yang diperuntukkan bagi Ganjar Pranowo. *Tagline* tersebut adalah: “*Rockin Governor for Jawa Tengah Democracy*”. *Tagline* ini dikembangkan dengan pada sosok Ganjar yang suka musik *rock*. Pertama kali dipakai di Semarang dan menjadi semakin populer. Dan *tagline* ketiga dikembangkan untuk partai politik pengusung pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko. *Tagline* yang diperuntukkan PDI Perjuangan Jawa Tengah tersebut adalah: “*Ngantek pendeng ngantek gepeng tetep banteng*”. *Tagline* ini dikembangkan untuk menangkis manuver politik dari tokoh partai politik maupun tim sukses kampanye pasangan lainnya yang pernah mengungkapkan bahwa Jawa Tengah bukan kandang banteng lagi. Dengan *tagline* PDI Perjuangan Jawa Tengah di atas; serangan politik di atas bisa dijinakkan atau setidaknya ditangkis.

4. Kegiatan Kampanye Pilgub Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko

Tujuan kampanye pilgub adalah untuk mempersuasi target sasaran agar bisa menerima, me-

modifikasi atau membuang ide, sikap dan perilaku tertentu. Tujuan utamanya adalah agar para pemilih mengarahkan dukungannya kepada pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko. Kegiatan kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko meliputi kampanye yang bersifat terbuka maupun tertutup dan kampanye melalui pemasangan iklan di berbagai media massa (cetak dan elektronik).

Berikut ini kegiatan kampanye Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko:

- a. Awal April 2013: Ganjar Pranowo dijadwalkan beranjangsana di angkringan yang ada di Semarang, bertemu dan berdialog tanpa sekat dengan masyarakat.
- b. 5 April 2013: Ganjar Pranowo bersama Heru Sujatmoko blusukan di pasar dan desa seputaran Tegal dan Brebes.
- c. 7 April 2013: Ganjar Pranowo menandatangani kontrak politik dengan Serikat Pekerja Nasional (SPN) di Bandungan.
- d. 9 April 2013: Ganjar Pranowo menemui buruh di kawasan Industri Candi, Semarang; setelah menemui petani bawang di Brebes.
- e. 19 April 2013: Ganjar Pranowo menangkap tikus bersama sedulur Sikep (Samin) Pati.
- f. 23 April 2013: Ganjar Pranowo blusukan ke dalam gang-gang kampung membersihkan atribut kampanye berupa stiker dan spanduk. Ganjar Pranowo melanjutkan pembersihan dengan berkenalan dan mendengarkan keluhan beberapa warga di Kampung Prembaen Selatan, Kembangsari, Semarang Tengah.
- g. 24 April 2013: Ganjar Pranowo menawarkan kartu tani, berdialog dengan para petani Karangwuni, Kecamatan Polokarto, Kabupaten Sukoharjo
- h. 27 April 2013: Ganjar Pranowo blusukan dimulai dari tingkat PAUD, pabrik, pasar hingga bertemu dengan guru-guru honorer di Banjarnegara
- i. 5 Mei 2013: Ganjar Pranowo menghadiri

acara jalan sehat yang diselenggarakan Dinas Pendidikan Klaten untuk memperingati Hardiknas.

- j. 9 Mei 2013: Siti Atikoh Supriyati (Istri Ganjar Pranowo) mengunjungi kelompok pengrajin *Creative House* di Kemajen, Kaligawe, Semarang Timur
- k. 13 Mei 2013: Ganjar Pranowo menghadiri Panen cabe perdana bersama para petani Desa Clekatakan, Kecamatan Pulosari, Kabupaten Pemalang.
- l. 13 Mei 2013: Ganjar Pranowo berkampanye di pesisir Pantura mempromosikan kartu nelayan tepatnya di Asem Doyong, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah.
- m. 13 Mei 2013: Ganjar Pranowo menemui petani lombok di lereng Gunung Slamet.
- n. 19 Mei 2013: Ganjar Pranowo berkampanye di atas truk kontainer yang bertuliskan "*Rock in Governor for Jawa Tengah Democracy*". Diiringi kelompok musik *rock* dan dimeriahkan oleh pemain inti Srimulat (Tesi, Kadir, dan Doyok). Ganjar Pranowo ingin menyajikan bentuk kampanye yang berbeda dan mengapresiasi pikiran dan ide cemerlang dari para relawan. Di sela-sela kegiatan kampanye yang sudah terjadwal di atas; Ganjar-Heru bersilaturahmi dengan para ulama antara lain: Habib Lutfi (Pekalongan), KH Maemun Zubair Sarang (Rembang), KH Syaironi Ahmadi (Kudus), KH Mustofa Bisri (Rembang), KH Munif Zuhri Girikusumo (Demak), KH Ali Qoishor bin KH Ahmad Abdul Haq (Watucongol Magelang), Abah Syarif (Sragen), KH Ali Mufiz (mantan Gubernur Jawa Tengah).

Sedangkan porsi belanja iklan di berbagai media massa sebagai berikut: 50 persen untuk televisi, 20 persen untuk saluran komunikasi antarpribadi, 10 persen untuk media cetak, 5 persen untuk media radio dan 10 persen untuk media luar ruangan, 5 persen untuk media *online* dan jejaring media sosial.

5. Potensi Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko

Figur Ganjar Pranowo yang masih muda, enerjik dan kuat sehingga membantu strategi pemenangan dalam kampanye politik. Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko mewakili generasi yang berbeda (muda-tua) sehingga lebih luas menjaring massa. Penggunaan sosial media dalam kampanye, meskipun belum tentu efektif, bisa memecah perhatian lawan. Pendekatan kreatif dalam setiap kampanye membuat media tertarik meliputnya. Lebih mudah dipublikasi media nasional karena figur Ganjar Pranowo yang punya latar belakang sebagai anggota DPR RI. Soliditas mesin partai politik (PDI Perjuangan) dan tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko tampak lebih menonjol jika dibandingkan dengan tim sukses lainnya; karena tidak direpotkan dengan masalah koalisi dan manajemen perbedaan platform antar partai politik yang berkoalisi. Dana kampanye yang dilaporkan ke KPU Jawa Tengah (tanggal 14 April – 7 Mei 2013) yang dimiliki Ganjar Pranowo-Heru Sudjatmoko paling besar yakni Rp 3,2 miliar; sedangkan kandidat lain seperti Hadi Prabowo-Don Murdono hanya sebesar Rp 1,4 miliar, Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmodjo sebesar Rp 1,3 miliar.

6. Kelemahan Pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko

Kelemahan yang dimiliki adalah tidak mempunyai banyak waktu untuk dikenal masyarakat Jawa Tengah, sehingga tidak banyak pilihan strategi kampanye yang bisa digunakan. Di samping itu, Ganjar Pranowo tidak memiliki hak pilih dalam Pilgub Jawa Tengah, sebab tidak memiliki KTP Jawa Tengah. Ketiga, jumlah kekayaan Ganjar Pranowo hanya Rp 3,072 miliar; jauh lebih kecil ketimbang aset yang dimiliki dua kandidat lain yakni kekayaan Hadi Prabowo Rp 13,513 miliar dan Bibit Waluyo Rp 13,171 miliar (*Koran Sindo edisi 3 Mei 2013*). Kelemahan lain yakni: janji kampanye masih bersifat normatif dan hanya didukung oleh satu partai politik (PDI Perjuangan) yang pada Pemilu 2009 lalu hanya memiliki 23

kursi anggota DPRD Provinsi Jawa Tengah; sedangkan duet Bibit Waluyo-Sudijono Sastroatmojo yang diusung koalisi Partai Demokrat, PAN dan Partai Golkar disokong sebanyak 37 kursi wakil rakyat; sementara Hadi Prabowo-Don Murdono yang diunggulkan oleh koalisi PKS, PKB, Partai Gerindra dan PPP didukung sebanyak 40 kursi wakil rakyat. Kelemahan pokok lainnya, adalah kesulitan mesin PDI Perjuangan dalam merebut simpati di kabupaten/kota yang selama ini dikenal agamis.

D. SIMPULAN

Pertama, Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko merupakan pasangan Calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Tengah 2013 yang hanya diusung oleh PDI Perjuangan, di mana dua kandidatnya berbeda generasi. Ganjar Pranowo merepresentasikan kaum muda, sedangkan Heru Sujatmoko sebagai kaum tua. Karier politik Ganjar Pranowo terakhir kali sebagai anggota DPR RI; sedangkan karier politik Heru Sujatmoko sebagai Bupati Purbalingga. Data profil dua tokoh di atas dijadikan modal bagi tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dalam meningkatkan derajat popularitas di tengah masyarakat. Hal itu juga dilakukan untuk mengetahui kekurangan yang dimiliki oleh Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko, di mana tim kampanye akan memoles dan memperbaiki sisi-sisi kelemahan tersebut.

Kedua, untuk memenangkan pertarungan Pilgub Jawa Tengah 2013, tim sukses kampanye PDI Perjuangan Jawa Tengah mampu menyusun strategi kampanye Pilgub Jawa Tengah yang berbasis pada data lapangan, yakni melalui proses pensegmentasian khalayak atau pemilih di Jawa Tengah. Di mana segmentasi pasar ini meliputi pengeksplorasian data geografis, demografis, psikografis, perilaku, sosial-budaya dan sebab-akibat atau kecenderungan masyarakat pemilih (dalam bidang politik). Secara ringkas, kondisi geografis dan demografis, Jawa Tengah terdiri atas 35 kabupaten/kota yang dihuni sebanyak 39,2 juta

jiwa, di mana lebih dari 27 juta jiwa penduduk Jawa Tengah memiliki hak pilih dalam Pilgub Jawa Tengah 2013. Dari sisi profesinya, mayoritas penduduk Jawa Tengah bekerja di sektor pertanian. Dari sisi jenis kelamin, jumlah penduduk berjenis kelamin wanita jauh lebih besar dibandingkan jumlah penduduk pria. Sebagian besar penduduk Jawa Tengah tercatat tidak pernah mengenyam bangku pendidikan dan hanya tamat SD/MI. Secara ekonomis, jumlah penduduk miskin di Jawa Tengah saat ini sebanyak 4.863.410 jiwa. Dengan data geografi dan demografi di atas, tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko bisa mengatur strategi kampanye yang tepat sasaran, dengan menjadikan isu pemberdayaan masyarakat miskin, peningkatan mutu pendidikan, pemberdayaan kaum wanita dan pembangunan fasilitas infrastruktur sebagai program kerja pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko. Sedangkan data psikografis dibutuhkan untuk menentukan kecenderungan sikap politik masyarakat pemilih di Jawa Tengah, sebagian besar penduduk Jawa Tengah didominasi suku Jawa, dengan bahasa keseharian adalah dialektika Jawa yang masih fanatik pada budaya Jawa (*Kejawen*) dengan mayoritas penduduknya Muslim. Jawa Tengah adalah basis masyarakat *abangan* atau *Kejawen*. Bila dipetakan secara psikografis, penduduk Jawa Tengah yang tinggal di 35 kabupaten/kota dapat dikelompokkan menjadi 3 grup, yakni daerah agamis, sosialis dan nasionalis. Data psikografi ini digunakan untuk menentukan slogan-slogan yang dibuat sedekat mungkin dengan karakter atau psikologi masyarakat Jawa Tengah yang “*Kejawen*”. Kesadaran politik masyarakat Jawa Tengah tergolong cukup rendah. Dan akses publik terhadap media di Jawa Tengah tertinggi adalah televisi. Data perilaku pemilih Jawa Tengah ini dijadikan landasan dalam menentukan pilihan pemasangan iklan kampanye yang efektif dan efisien di media massa. Di mana tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko memasang iklan di televisi dan ditayangkan pada saat *prime time*. Secara sosial-budaya, tim sukses kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko juga

menggendeng Ormas Islam terbesar di Jawa Tengah yakni NU dan Muhammadiyah, sekaligus para tokoh agama dan masyarakat lain. Dan terakhir segmentasi yang didasarkan pada sebab-akibat, di mana pemilih di Jawa Tengah terdiri atas pemilih rasional, kritis, tradisional dan skeptis.

Ketiga, setelah langkah pensegmentasian pasar (pemilih) sudah selesai dilakukan sebagaimana sudah diuraikan pada bagian di atas; maka langkah selanjutnya yang tak bisa dipisah-pisahkan yakni dengan melakukan *positioning* politik. Tujuannya yakni, untuk menggiring pemilih ke bilik suara dengan strategi mobilisasi dan berburu pendukung *push marketing*. Citra menjadi penting, karena citra politik terdiri atas program kerja pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah, isu politik yang diangkat dan citra personal Calon Gubernur dan Wakil Gubernur sekaligus pimpinan partai politik pengusung kandidat tersebut. Langkah *positioning* politik dalam Pilgub Jawa Tengah 2013 di atas meliputi: penetapan visi dan misi, membuat program kerja dan *tagline*, menetapkan agenda kampanye Pilgub pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko dan menganalisis kekuatan sekaligus kelemahan kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Heru Sujatmoko.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. (2009). *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Evans, Kevin dkk. (2008). *Kumpulan Materi Seminar Menuju Pemilu 2009 Pilkada dan Pilgub Jawa Tengah*. Semarang: FISIP UNDIP.
- Firmanzah. (2007). *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- <http://www.kpu-jawa-tengahprov.go.id>
- Koran Sindo edisi 3 Mei 2013.
- Supadiyanto. (2013). *Matematika Politik Pilgub Jawa Tengah*. Harian Umum Barometer edisi 1 April 2013.

_____. (2013). *Parpol, Kekuasaan dan Konflik Kepentingan Bernegara*, Harian Pagi Jawa Tengah Pos-Jogjakarta Pos edisi 11 Februari 2013.

_____. (2013). *Pemilu 2014 dan Manuver Politik ala Ken Arok*. Harian Pagi Jawa Tengah Pos-Jogjakarta Pos edisi 26 Januari 2013.

_____. (2013). *Peta Kekuatan 10 Partai*, Harian Umum Pelita edisi 1 Januari 2013; atau bisa dibaca di sini: <http://harian-pelita.pelitaonline.com/cetak/2013/01/30/peta-kekuatan-10-partai>.UQmnGNQyhe4.

_____. (2013). *Pilgub Jawa Tengah & Politik Hegemoni*. Koran Pagi Wawasan edisi 22 Januari 2013.

_____. (2013). *Pilgub Jawa Tengah dan Pertarungan Elite Politik*. Koran Sindo edisi 24 Mei 2013.

_____. (2013). *Relasi Korupsi dan Kemiskinan di Jawa Tengah*. Koran Sindo edisi 4 Maret 2013. atau bisa dibaca di sini: <http://www.koran-sindo.com/node/297653>

Tim Peneliti CSPA FISIP UNDIP. (2008). *Executive Summary Studi Perilaku Memilih Pada Pilgub Jawa Tengah 2*. Semarang: FISIP UNDIP.



PEMBERDAYAAN DAN PENDAMPINGAN REMAJA MASJID MELALUI PELATIHAN MANAJEMEN DAKWAH, ORGANISASI DAN KEPEMIMPINAN

Dedy Susanto

Dosen Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, Jl. Prof Dr. Hamka Km. 2 Ngaliyan Semarang,
dedyssosi@gmail.com

Abstract

One of the potential society components that could bring in prosperous life was a teenager. Teens needed to be nurtured and empowered to have the skills and expertise to the prosperity of the mosque in the form of knowledge of the proselytizing, proselytizing management, leadership and emotional intelligence and spiritual. Empowerment and teens mentoring intended to make them be good young generation; namely righteous, faithful, knowledgeable, skilled and noble teenagers. To foster Muslim teenagers it can be done in a variety of approaches, including through mosque youth activities. The Implementation by partners of mosque youth. By providing mosque youth preaching about understanding management, organization and leadership, they are expected to resolve the problems that exist in the community.

Keywords

*empowerment, training,
mosque youth,
proselytizing management*

Abstrak

Salah satu komponen masyarakat yang mempunyai potensi untuk memakmurkan adalah remaja. Remaja perlu dibina dan diberdayakan agar mempunyai keterampilan dan keahlian untuk memakmurkan masjid dalam bentuk pengetahuan tentang dakwah, manajemen dakwah, kepemimpinan maupun kecerdasan emosional dan spiritual. Pemberdayaan dan pendampingan remaja bertujuan agar mereka menjadi generasi muda yang baik; yaitu remaja yang shalih, beriman, berilmu, berketerampilan dan berakhlak mulia. Untuk membina remaja muslim bisa dilakukan dalam berbagai pendekatan, di antaranya melalui aktivitas remaja masjid. Pelaksanaannya dapat dilakukan dengan mitra remaja masjid. Dengan memberikan remaja masjid tentang pemahaman manajemen dakwah, organisasi dan kepemimpinan, mereka diharapkan mampu menyelesaikan masalah-masalah yang ada di masyarakat.

A. PENDAHULUAN

Pemberdayaan dapat dimaknai sebagai suatu proses untuk memperoleh daya/ kekuatan/kemampuan atau proses pemberian daya/ kekuatan/kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya. Kata “memperoleh” menurut Sulistiyani dalam Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan mengindikasikan bahwa yang menjadi sumber inisiatif untuk berdaya berasal dari masyarakat atau individu itu sendiri (Sulistiyani, 2004: 77). Melihat apa yang dikatakan Sulistiyani tersebut di atas, bahwa peran pemberdayaan adalah juga menumbuhkembangkan sebuah potensi yang dimiliki pada tiap-tiap individu atau masyarakat.

Kaitannya dengan potensi, di sini asumsinya adalah bahwa setiap individu atau masyarakat pasti memiliki daya, hanya permasalahannya terkadang mereka tidak mengetahui atau menyadari secara eksplisit. Oleh karena itu, daya tersebut harus digali untuk kemudian dikembangkan. Pemberdayaan tidak menjebak masyarakat dalam perangkap ketergantungan, pemberdayaan harus mengantarkan pada proses mandiri, oleh karenanya pemberdayaan adalah sebuah proses belajar sehingga ada batasnya.

Pemberdayaan masyarakat seharusnya diarahkan pada kemandirian masyarakat dan harus memuat aspek kognitif, konaktif, afektif dan psikomotorik. Lebih lanjut dijelaskan bahwa aspek kognitif ini akan melatih kemampuan berfikir yang dilandasi oleh pengetahuan dan wawasan seseorang atau masyarakat dalam mencari solusi permasalahan. Aspek konaktif merupakan suatu sikap perilaku masyarakat yang terbentuk dan diarahkan pada perilaku sensitif terhadap nilai-nilai pembangunan dan pemberdayaan. Afektif adalah rasa yang dimiliki masyarakat yang diharapkan dapat diintervensi untuk mencapai keberdayaan dalam sikap dan perilaku. Kemampuan psikomotorik merupakan kecakapan keterampilan yang dimiliki masyarakat sebagai upaya pendukung masyarakat dalam rangka melakukan aktivitas pembangunan atau perbaikan.

Pemberdayaan masyarakat membutuhkan dukungan umat dengan cara menjalin persatuan. Oleh karena itu masjid harus mempunyai peranan dan memainkan kunci penting dalam pengembangan masyarakat dan peka terhadap permasalahan masyarakat, bahkan peranan masjid tidak bisa dimarjinalkan dengan keliru membedakan isu-isu agama dan sekuler (Turfe, 2004: 91). Menurut apa yang diungkapkan Turfe tersebut di atas, Islam adalah agama yang komplis sehingga setiap isu yang muncul dalam Islam adalah isu agama, termasuk hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan dan pengembangan umat Islam.

Pembinaan jamaah oleh institusi masjid lewat manajemen pengurus atau pengelola masjid tentunya dalam rangka meningkatkan kualitas hidup umat di bidang ibadah, pendidikan, kesehatan, perekonomian dan lain-lain. Di dalam panduan pembinaan jamaah masjid yang dikeluarkan oleh Direktorat Jendral Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama RI (2004) dijelaskan bahwa pengertian pembinaan jamaah masjid ialah: suatu kegiatan pembelajaran yang dilakukan oleh pengurus atau pengelola masjid kepada sekelompok orang yang menjadi anggota jamaah masjid, baik yang dilakukan di lingkungan masjid atau di luar masjid untuk mencapai citra *khoiru ummah* sebagai umat yang berkualitas dalam berbagai bidang (Dirjen Kelembagaan Agama Islam Depag RI, 2004: 16).

Pembinaan umat yang berbasis institusi masjid harus mempunyai tujuan dan sasaran yang jelas, sehingga mampu disusun strategi bagaimana arah kemakmuran masjid ini dilakukan. Ini juga sekaligus merupakan upaya pembinaan terhadap jamaah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, yang mana semuanya itu menjadi bagian dalam strategi manajemen dakwah.

Salah satu komponen masyarakat yang mempunyai potensi untuk memakmurkan adalah remaja. Remaja perlu dibina dan diberdayakan agar mempunyai keterampilan dan keahlian untuk memakmurkan masjid dalam bentuk pengetahuan tentang dakwah, manajemen dakwah, kepemim-

pinan maupun kecerdasan emosional dan spiritual. Pemberdayaan dan pendampingan remaja bertujuan agar mereka menjadi generasi muda yang baik; yaitu remaja yang shalih, beriman, berilmu, berketerampilan dan berakhlak mulia. Untuk membina remaja muslim bisa dilakukan dalam berbagai pendekatan, di antaranya melalui aktivitas remaja masjid. Pranarka dan Vidyandika mengemukakan proses pemberdayaan mengandung dua arti: *pertama*, pemberdayaan yang menekankan pada proses memberi atau mengalihkan sebagian kemampuan kepada masyarakat agar individu menjadi lebih berdaya. Proses ini biasanya dilengkapi dengan pemberian asset/ material guna mendukung pembangunan kemandirian melalui organisasi. Proses pertama disebutnya sebagai kecenderungan primer. *Kedua*, proses menstimuli, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan yang menjadi pilihan hidupnya melalui proses dialog. Proses yang kedua ini disebut dengan kecenderungan sekunder (Pranarka dan Vidhyanduka, 1996: 44). Dalam perkembangannya, proses kedua ini banyak diwarnai pemikiran Freire dengan konsepnya *conscientiousness* (kemampuan individu untuk mengontrol lingkungannya). Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan yakni yang bersifat *people centered, participatory, empowering* dan *sustainable* (Freire, 1972: 13).

Remaja masjid adalah organisasi yang mewadahi aktivitas remaja muslim dalam memakmurkan masjid. Remaja masjid merupakan salah satu alternatif wadah pembinaan remaja yang baik dan dibutuhkan umat. Dengan berorientasi pada aktivitas kemasjidan, keislaman, keilmuan, keremajaan dan keterampilan, organisasi ini dapat memberikan kesempatan bagi anggotanya mengembangkan diri sesuai bakat dan kreativitas mereka di bawah pembinaan takmir masjid.

Saat ini remaja masjid atau dengan sebutan lain telah menjadi wadah lembaga kegiatan yang dilakukan para remaja muslim di lingkungan masjid. Di kota-kota maupun di desa-desa. Organisa-

si remaja masjid juga telah menjadi suatu fenomena bagi kegairahan para remaja muslim dalam mengkaji dan mendakwahkan Islam di Indonesia. Masyarakat juga sudah semakin lebih bisa menerima kehadiran mereka dalam memakmurkan Masjid.

Disadari bahwa untuk memakmurkan masjid diperlukan organisasi yang mampu beraktivitas dengan baik. Organisasi remaja masjid memerlukan para aktivis yang mumpuni dan profesional. Kehadiran mereka tidak bisa serta merta, tetapi perlu diupayakan secara terencana dan terarah melalui sistem pengkaderan, khususnya melalui pelatihan-pelatihan yang sangat mendukung.

Mempertimbangkan pentingnya hal tersebut, maka diperlukan sebuah pelatihan manajemen dakwah, organisasi dan kepemimpinan bagi remaja masjid, sehingga nantinya para remaja mempunyai sikap yang sigap, tegas dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan masalah-masalah yang ada di wilayahnya.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan

Secara etimologi pemberdayaan berasal dari kata dasar “daya” yang artinya kekuatan dan kemampuan. Berangkat dari pemahaman tersebut, maka pemberdayaan dapat dimaknai sebagai suatu proses untuk memperoleh daya/ kekuatan/ kemampuan atau proses pemberian daya/ kekuatan/ kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya. Kata “memperoleh” menurut Sulistiyani dalam Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan mengindikasikan bahwa yang menjadi sumber inisiatif untuk berdaya berasal dari masyarakat atau individu itu sendiri (Sulistiyani, 2004: 77). Melihat apa yang dikatakan Sulistiyani tersebut di atas, bahwa peran pemberdayaan adalah juga menumbuhkan/sebuah potensi yang dimiliki pada tiap-tiap individu atau masyarakat. Jadi salah satu cara untuk mengembangkan remaja masjid agar mampu mengatasi masalah di lingkungannya adalah dengan melakukan pemberdayaan terhadap



remaja-remaja di lingkungan kita.

Pelatihan Kader Dakwah

Pelatihan adalah sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar seseorang semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawabnya dengan semakin baik, sesuai dengan standar (Mangku Prawira, 2003: 135). Sedangkan menurut Anwar Prabu Mangku Negara, pelatihan adalah kegiatan-kegiatan yang didesain untuk memberi peserta dengan pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk pekerjaan yang dia pegang sekarang.

Menurut Maulana, kader adalah orang yang di didik untuk menjadi pelanjut tongkat estafet suatu partai atau organisasi (Maulana, 2004: 194). Kader adalah anggota yang telah mengikuti pelatihan kader dasar dan berhak untuk masuk dalam ruang kompetisi kader di berbagai tingkat kepengurusan di Gerakan Pemuda Ansor (Pedoman Pengkaderan, 2004: 5).

Sedangkan dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmat kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya (Sukir, 1983: 19). Seperti yang terjadi pada setiap organisasi baik yang berskala besar atau tidak pelatihan merupakan faktor penting bagi kesuksesan sumber daya manusia guna meningkatkan kualitas dakwah Islam. Untuk menguasai secara efektif sesuai keterampilan, pengetahuan, sikap, partisipasi aktif seseorang merupakan sesuatu yang esensial. Jarak waktu antara masa-masa latihan diatur secara cermat dan tepat menunjukkan efektivitas pelatihan yang baik (Sadeli, 2001: 138). Untuk menjaga mutu pelatihan maka dibutuhkan konsistensi dan konsekuenasi baik dari penyelenggara merupakan dalam penerapan sistem pelatihan telah ditentukan misalnya syarat peserta latihan dan *follow-up* kegiatan lanjutan paska latihan sebagai bentuk perawatan kader (Ridlo, 2004: 12).

Definisi efektivitas pelatihan yang diterbitkan oleh *Manpower Services Commission* (MSC) adalah suatu istilah untuk memastikan pelatihan mencapai sasaran yang telah ditentukan mencakup evaluasi dan validasi. Dari pemaparan di atas

penulis menyimpulkan efektivitas pelatihan kader dakwah adalah ketepatan dalam mencapai tujuan dalam hal ini menentukan pelatih yang berkompeten, peserta yang memahami materi, materi yang sesuai, metode yang tepat dan media yang bisa digunakan oleh peserta, serta mengevaluasinya.

Selain itu, remaja saat ini juga perlu mengetahui dan mengaplikasikan ilmu manajemen dalam kesehariannya. Salah satu caranya dengan memasukkan materi manajemen dalam kegiatan pelatihan-pelatihan dan sosialisasi untuk kader dakwah atau remaja-remaja masjid. Sehingga diharapkan ketika remaja menghadapi masalah mampu menyelesaikannya. Manajemen pada dasarnya adalah alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya suatu tujuan yang diinginkan, dan dalam hal ini khususnya pada pesantren, santri dan masyarakat. Dengan manajemen daya guna dan hasil guna unsur-unsur manajemen akan dapat ditingkatkan.

Adapun unsur-unsur manajemen itu terdiri dari; *man, money, metode, machines, materials*, dan *market*, disingkat 6 M. Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Timbul pertanyaan tentang: apa yang diatur, apa tujuan diatur, mengapa harus diatur, siapa yang mengatur, dan bagaimana mengaturnya. Yang diatur adalah semua unsur manajemen, yakni 6 M. Tujuannya diatur adalah agar 6 M lebih berdaya guna dan berhasil guna dalam mewujudkan tujuan. Harus diatur supaya 6 M itu bermanfaat optimal, terkoordinasi dan terintegrasi dengan baik dalam menunjang terwujudnya tujuan organisasi. Yang mengatur adalah pimpinan dengan kepemimpinannya, yaitu pimpinan puncak, manajer madya, dan supervisi. Mengaturnya adalah dengan melakukan kegiatan urutan fungsi manajemen tersebut.

Sedangkan definisi manajemen sendiri adalah ilmu atau seni mengatur proses pemanfaatan Sumber Daya Manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien, untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Hasibuan, 2003: 1). Sedangkan

fungsi manajemen menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut: Menurut G. R. Terry, *planning, organising, actuating, controlling*. Menurut Jhon F.Mee, *planning, organizing, motivating, controlling*. Menurut Henry Fayol, *planning, organizing, commanding, coordinating, controlling*. Menurut Drs. P. Siagian, *planning, organiting, motivating, controlling, evaluating* (Hasibuan, 2003: 3).

Dari definisi manajemen di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa fungsi pokok atau tahapan-tahapan dalam manajemen merupakan suatu proses yang meliputi fungsi manajemen. Fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan di antaranya adalah:

Pertama, perencanaan dakwah (*Takthith*). Rencana adalah suatu arah tindakan yang sudah ditentukan terlebih dahulu. Dari perencanaan ini akan mengungkapkan tujuan-tujuan keorganisasian dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan guna mencapai tujuan. Kedua, perencanaan merupakan *starting point* dari aktivitas manajerial. Karena bagaimanapun sempurnanya suatu aktivitas manajemen tetap membutuhkan sebuah perencanaan. Karena perencanaan merupakan langkah awal bagi sebuah kegiatan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait agar memperoleh hasil yang optimal.

Kedua, pengorganisasian dakwah (*Thanzim*). Pengorganisasian adalah seluruh proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggung jawab, wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu kesatuan dalam rangka mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan. Pengorganisasian atau *al-Thanzhim* dalam pandangan Islam bukan semata-mata merupakan wadah, akan tetapi lebih menekankan bagaimana pekerjaan dapat dilakukan secara rapi, teratur, dan sistematis.

Ketiga, penggerakan dakwah (*tawjih*). Penggerakan adalah seluruh proses pemberian motivasi kerja kepada para bawahan sedemikian rupa, sehingga mereka mampu bekerja dengan ikhlas

demikian tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis. *Motiving* secara implisit berarti, bahwa pimpinan organisasi di tengah bawahannya dapat memberikan sebuah bimbingan, instruksi, nasihat dan koreksi jika diperlukan. Untuk itu peranan dakwah akan sangat menentukan warna dari kegiatan-kegiatan tersebut. Karena pemimpin dakwah harus mampu memberikan sebuah motivasi, bimbingan, mengkoordinasi serta menciptakan sebuah iklim yang membentuk sebuah kepercayaan diri yang pada akhirnya dapat mengoptimalkan semua anggotanya.

Keempat, pengendalian dan evaluasi dakwah (*riqabah*). Pada organisasi dakwah, penggunaan prosedur pengendalian ini diterapkan untuk memastikan langkah kemajuan yang telah dicapai sesuai dengan sarana dan penggunaan Sumber Daya Manusia secara efisien. Pengendalian juga dapat dimaksudkan sebagai sebuah kegiatan mengukur penyimpangan dari prestasi yang direncanakan dan menggerakkan tindakan korektif (Munir, 2006: 93-139).

Dalam manajemen juga dikenal adanya prinsip-prinsip manajemen. Prinsip dapat didefinisikan sebagai suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum yang merupakan sebuah pedoman untuk berpikir atau bertindak. Prinsip merupakan dasar, namun tidak bersifat mutlak karena prinsip bukanlah umum. Dalam hubungannya dengan manajemen prinsip-prinsip bersifat fleksibel dalam arti bahwa perlu dipertimbangkan sesuai dengan kondisi-kondisi khusus dan situasi-situasi yang berubah. Prinsip-prinsip umum manajemen (*general principle of management*) terdiri dari:

Pertama, pembagian kerja (*Devison of Work*). Pembagian kerja harus disesuaikan dengan kemampuan dan keahlian sehingga pelaksana kerja berjalan efektif. Oleh karena itu, dalam penempatan karyawan harus menggunakan prinsip *the right man in the right place*. Pembagian kerja harus rasional dan objektif, bukan emosional subjektif yang di dasarkan atas *like and dislike* (Wikipedia Indonesia, ensiklopedia Indonesia bebas berbahasa Indonesia “Prinsip-prinsip Manajemen”, <http://>

www.globe.com.hlm.04). Dengan adanya prinsip *the man in the right place* akan memberikan jaminan terhadap kestabilan, kelancaran dan efisiensi kerja. Pembagian kerja akan berpengaruh kurang baik dan mungkin menimbulkan kegagalan dalam penyelenggaraan pekerjaan, oleh karena itu, seorang manajer yang berpengalaman akan menempatkan pembagian kerja sebagai prinsip utama yang akan menjadi titik tolak bagi prinsip-prinsip lainnya.

Kedua, wewenang dan tanggung jawab (*Authority and responsibility*). Setiap karyawan dilengkapi dengan wewenang untuk melakukan pekerjaan dan setiap wewenang melekat atau diikuti pertanggungjawaban. Wewenang dan tanggung jawab harus seimbang. Setiap pekerjaan harus dapat memberikan pertanggung jawaban yang sesuai dengan wewenang. Oleh karena itu, makin kecil wewenang makin kecil pula pertanggungjawaban demikian pula sebaliknya. Tanggung jawab terbesar terletak pada manajer puncak. Kegagalan suatu usaha bukan terletak pada karyawan tetapi terletak pada puncak pimpinannya karena yang mempunyai wewenang terbesar adalah manajer puncak. Oleh karena itu, apabila manajer puncak tidak mempunyai keahlian dan kepemimpinan maka wewenang yang ada padanya merupakan bumerang.

Ketiga, disiplin (*discipline*). Disiplin merupakan perasaan taat dan patuh terhadap pekerjaan yang menjadi tanggung jawab. Disiplin ini berhubungan erat dengan wewenang. Apabila ini tidak berjalan dengan semestinya, maka disiplin akan hilang. Oleh karena ini, pemegang wewenang harus dapat menanamkan disiplin terhadap dirinya sendiri sehingga mempunyai tanggung jawab terhadap pekerjaan sesuai dengan wewenang yang ada padanya (Wikipedia Indonesia, ensiklopedia Indonesia bebas berbahasa Indonesia “Prinsip Prinsip Manajemen “, <http://www.globe.com.hlm.05>).

Dalam kaitannya dengan hal ini, Islam harus diartikan sebagai komitmen yang kuat terhadap kualitas hidup, karena kualitas hiduplah yang

mengantarkan manusia pada keselamatan, kesenangan dan kedamaian. Komitmen terhadap kualitas hidup sebagai pancaran iman. Dengan demikian, standar kualitas yang hendak dicapai melalui dakwah Islam menjadi jelas pengertiannya, yaitu kualitas hidup yang seimbang, yang tidak hanya bersifat meterial saja, tetapi juga spiritual yang sudah dikenai secara kodrati oleh manusia. Oleh karena itu, agar kegiatan dakwah benar-benar dapat mencapai sasaran, maka perlu dirumuskan asas-asas dakwah sebagai berikut : a) Asas filosofi, asas ini erat hubungannya dengan perumusan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah, b) Asas kemampuan dan keahlian *da'i*, c) Asas sosiologis, asas ini membahas tentang persoalan-persoalan yang berhubungan dengan situasi dan kondisi masyarakat objek dakwah, d) Asas psikologis, merupakan asas yang membahas tentang aspek kejiwaan manusia. e) Asas efektif dan efeasien hai ini merupakan prinsip ekonomi dalam dakwah, yaitu pengeluaran sedikit untuk mendapatkan penghasilan yang semaksimal mungkin (Pimay, 2006 : 34).

Kita bisa mengadakan pelatihan dan sosialisasi kepada remaja-remaja di masjid. Pemilihan masjid sebagai tempat pelatihan dikarenakan beberapa fungsi masjid yang komplek. Beberapa ahli yang mengemukakan pendapat di antaranya: Ayub dalam bukunya “Manajemen Masjid” berpendapat bahwa fungsi masjid di antaranya: 1) merupakan tempat kaum muslimin beribadah dan mendekatkan diri kepada Allah, 2) tempat kaum muslimin beri'tikaf membersihkan diri, sehingga selalu terpelihara keseimbangan jiwa dan raga serta keutuhan kepribadian, 3) tempat bermusyawarah kaum muslimin guna memecahkan persoalan-persoalan yang timbul dalam masyarakat, 4) tempat kaum muslimin berkonsultasi mengajukan kesulitan-kesulitan, meminta bantuan dan pertolongan, 5) tempat membina keutuhan ikatan jamaah dan kegotongroyongan dalam mewujudkan kesejahteraan bersama, 6) merupakan wahana untuk meningkatkan kecerdasan dan ilmu pengetahuan, 7) Masjid adalah tempat pembinaan dan pengembangan kader-kader pimpinan umat, 8) Masjid

sebagai tempat menghimpun dana, menyimpan dan membagikannya.

Sedangkan bentuk kegiatan untuk pendampingan para remaja dapat dilakukan dengan cara di antaranya: sosialisasi kegiatan (silaturrohim ke remaja masjid dan takmir), pelatihan manajemen dakwah, organisasi, dan kepemimpinan serta, *follow up* kegiatan lanjutan. Dari kegiatan-kegiatan ini, remaja nantinya akan merasa sangat dihargai dan diperdulikan oleh masyarakat, dan cara seperti menjadi salah satu alternatif untuk mengantisipasi pergaulan dan kenakalan remaja saat ini.

C. SIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan dan pendampingan kepada remaja-remaja masjid sebagai salah satu kader dakwah nantinya sangat diperlukan agar remaja masjid dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada masyarakat. Oleh karena itu, remaja masjid perlu diberikan bekal pemahaman tentang ilmu manajemen, organisasi dan kepemimpinan. Remaja masjid sebagai kader dakwah harus diberikan pemahaman tentang tanggung jawab dan wewenang, sehingga mereka bisa menjadi pemimpin dari organisasi dakwah dan membimbing masyarakat ke arah yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Dzikron. (1987). *Diklat Metodologi Dakwah*. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang.
- Anshari, Endang Saifuddin. (1986). *Wawasan Islam, Pokok-Pokok Pikiran Tentang Islam dan Ummatnya*. Jakarta: CV Rajawali.
- Arifin. (1997). *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Aziz, Ali. M. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Daradjat, Zakiah. (2003). *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Dirjen Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama Republik Indonesia. (2004). *Panduan Pembinaan Jamaah Masjid*. Jakarta.
- Gazalba, Sidi. (1983). *Masjid Pusat Ibadat dan Kebudayaan Islam*. Jakarta: Pustaka al-Husna.
- Gunarso. (1995). *Konseling dan Psikoterapi*. Jakarta: Agung Mulia.
- Hurlock, Elizabeth B. (1980). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Hasibuan, Lukman Hakim. (2005). *Pemberdayaan Masjid Di Masa Depan*. Jakarta: Bina Rena Pariwara.
- Hasyimi, A. (1974). *Dustur dakwah Menurut Al-Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Mangku, Prawira, Syafri. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Jakarta: Glalia Indonesia.
- Maulana, Ahmad. (2004). *Kamus Ilmiah Populer*. Yogyakarta: Absolut.
- Maliki, Muhammad Alwi. (2003). *Syariat Islam Pergumulan Teks dan Realitas*.
- Munir. M. (2006). *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Rahmat Semesta.
- Muhtarom, Zain. (1996). *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*. Yogyakarta: Al-Amin dan Ikhfa.
- Muriah, Siti. (2000). *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- PBNU. (2004). *Pedoman Pengkaderan*. Jakarta: Gedung PBNU.
- Pimay, Awaluddin. (2005). *Paradigma Dakwah Humanis*. Semarang: RaSAIL.
- Quraish Shihab, M. (1996). *Wawasan Al-Qur'an, Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat*. Bandung: Mizan.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (1994). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sanwar, Aminudin. (1997). *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.
- Sulistiyani, Ambar Teguh. (2004). *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta:

78 **Dedy Susanto**, Pemberdayaan dan Pendampingan Remaja Masjid Melalui Pelatihan Manajemen Dakwah, Organisasi dan Kepemimpinan

Gava Media.

Syukir, Asmuni. (1982). *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al Ikhlas.

Zulkifli. (2000). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Wikipedia Indonesia. ensiklopedia Indonesia bebas berbahasa Indonesia “Prinsip Prinsip Manajemen”. <http://www.globe.com>. diakses 11/8/2013 pukul 16.00 WIB.

Wikipedia Indonesia. ensiklopedia Indonesia bebas berbahasa Indonesia “Prinsip Prinsip Manajemen”. <http://www.globe.com>. diakses 11/8/2013 pukul 16.30 WIB.



MCDONALDISASI DALAM PROGRAM TELEVISI 'COURTESY OF YOUTUBE'

Fariza Yuniar Rakhmawati

Mahasiswi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro, Jl. Erlangga Barat VII No. 33
Semarang, farizayuniar@gmail.com

Abstract

Indonesian television making impressions programs that utilize the content of video clips from youtube with 'Courtesy of youtube' label as a solution to online media adaptation. Production efficiency is indicated to be the reason behind the rise of television programs Courtesy of youtube. The use of video clips downloaded for free on youtube then processed and displayed on television ads generate a lot of revenue. McDonaldisasi occurs in the form of television programs 'Courtesy of youtube' efficiency, calculability, predictability and control. Television programs including programs Courtesy of youtube hold rating on the size of the quantity, not the quality of the impressions. Computer system to control the pattern of impressions Courtesy of youtube, replacing the role of the media coverage by working into the role of digital technology. Dependence television rating system also lies in using the tool peplemeter. Efficiency by downloading videos from youtube site is indicated as an activity that infringes copyright. The role of media workers for the efficient removal on impressions Courtesy of youtube. Assessment also shows the rating system indicates the irrationality as being the only benchmark that is considered to represent the tastes of viewers in Indonesia.

Keywords

*program, television,
courtesy of youtube*

Abstract

Televisi di Indonesia membuat program tayangan yang memanfaatkan konten dari potongan-potongan video dari *youtube* dengan label 'Courtesy of youtube' sebagai solusi adaptasi dengan media online. Efisiensi produksi diindikasikan menjadi alasan di balik maraknya program televisi *Courtesy of youtube*. Penggunaan potongan-potongan video diunduh secara gratis di *youtube* kemudian diolah dan ditayangkan melalui televisi menghasilkan banyak pemasukan iklan. McDonaldisasi terjadi dalam program televisi *Courtesy of youtube* berupa efisiensi, kalkulabilitas, prediktabilitas dan kontrol. Program televisi termasuk program *Courtesy of youtube* berpegang pada ukuran kuantitas rating, bukan kualitas tayangan. Sistem komputer melakukan kontrol pada pola tayangan *Courtesy of youtube*, menggantikan peran peliputan oleh pekerja media menjadi peran teknologi digital. Ketergantungan televisi juga terletak pada sistem rating dengan menggunakan alat peplemeter. Efisiensi dengan mengunduh video dari situs *youtube* diindikasikan sebagai aktivitas yang melanggar hak cipta. Peran pekerja media demi efisiensi dihapus pada tayangan *Courtesy of youtube*. Penilaian tayangan dengan sistem rating juga menunjukkan irasionalitas karena menjadi satu-satunya acuan yang dianggap merepresentasikan selera penonton di Indonesia.



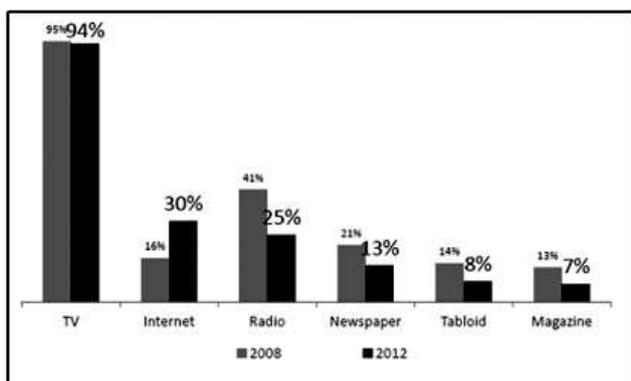
A. PENDAHULUAN

Perkembangan internet semakin memudahkan manusia mengakses informasi. Hampir seluruh informasi dapat diperoleh melalui internet berupa teks, gambar, audio, dan video. Mesin pencari, portal berita online, jejaring sosial, mailing list juga menyediakan luapan informasi yang sedemikian luas.

Media online sebagai sarana alternatif mengakses informasi menjadi ancaman nyata bagi media konvensional. Perkembangan media *online* bergerak seiring dengan penurunan tingkat konsumsi media-media lain di Indonesia. Riset yang dilakukan Nielsen menunjukkan bahwa tingkat akses media televisi, radio, surat kabar, tabloid dan majalah mengalami penurunan. Demikian pula yang terjadi pada media televisi di Indonesia. Tingkat akses televisi mengalami penurunan meski masih berada pada peringkat pertama media yang diakses masyarakat.

Gambar 01

Tingkat Akses Berbagai Media di Indonesia pada 2008 dan 2012



Sumber: Consumer and Media View 2008 vs 2012 (Nielsen)

Media baru diindikasikan sebagai ancaman bagi dunia televisi yang juga menyediakan konten audio visual. Masyarakat menggunakan internet termasuk untuk mengkonsumsi informasi berupa video. Empat dari lima orang di seluruh dunia menonton video *online* setidaknya sekali dalam sebulan (Grant, 2010). Perbedaan signifikan antara konsumsi konten video dari televisi dengan dari internet adalah pengguna media dapat memilih

sendiri konten yang dikehendaki. Selain itu internet yang tidak dibatasi dengan frekuensi memiliki program-program yang relatif lebih variatif sehingga pengguna lebih leluasa dalam pemilihan.

Adaptasi media televisi dengan media online dilakukan dengan upaya melakukan sinergi. Tren yang belakangan berkembang di televisi dunia adalah *Internet Protocol Television* (IPTV) yang diakses melalui internet secara *streaming* (Grant: 2008). Namun karena keterbatasan kemampuan untuk akses internet pada masyarakat Indonesia maka televisi di Indonesia membuat sinergi terobosan program tayangan yang memanfaatkan konten dari potongan-potongan video dari *youtube*.

Televisi menyiarkan informasi dari situs *youtube* melalui sebuah acara yang memang dibuat untuk memenuhi tuntutan pasar tersebut. Sumber utama tayangan berasal dari situs *youtube*, dimana televisi hanya menambahkan teks dan narasi. Siaran potongan-potongan video berasal dari *youtube* disertai teks kecil ‘*Courtesy of youtube*’ di pojok bawah layar. Sebelum ditayangkan, dilakukan proses editing atas potongan-potongan video untuk meningkatkan kualitas video (pencahayaan dan suara) dan mengisi suara narator “VO” (*Voice Over*).

Youtube merupakan sebuah situs di internet yang berkonsep sebagai media sosial dengan fasilitas berbagi data berupa video. Setiap orang yang memiliki akun di *youtube* dapat bebas berbagi video dengan cara mengunggah. *Youtube* menjadi salah satu situs media sosial yang sangat sukses setelah berdiri pada tahun 2005. Menurut hasil penelitian yang dilansir dari TechWelkin, 70% *traffic Youtube* berasal dari luar Amerika. *Youtube* memungkinkan pembuat karya cipta untuk mendistribusikan karyanya di internet dengan cara mengunggah (*upload*). Setelah diunggah, semua orang yang mengakses internet dapat membuat salinan karya tersebut dengan cara mengunduh (*download*).

Efisiensi produksi diindikasikan menjadi alasan di balik maraknya program televisi ‘*Courtesy of youtube*’. Penggunaan potongan-potongan video

diunduh secara gratis di *youtube* kemudian diolah dan ditayangkan melalui televisi menghasilkan banyak pemasukan iklan. Efisiensi produksi media sebagaimana dalam program televisi 'Courtesy of youtube' dapat dijelaskan melalui McDonaldisasi yaitu proses-proses yang di dalamnya prinsip-prinsip restoran cepat saji mendominasi masyarakat. McDonaldisasi menjadi langkah konkret rasionalisasi yang diungkapkan Max Weber, yakni analisis yang berdasarkan pada sarana yang berkepentingan dengan efisiensi dan kontrol sosial yang diformalisasikan. Terdapat empat unsur dalam McDonaldisasi: efisiensi, kalkulabilitas, prediktabilitas dan kontrol. Maka muncullah permasalahan yaitu, bagaimana McDonaldisasi yang terjadi dalam program televisi *Courtesy of Youtube*?

B. PEMBAHASAN

Rasionalisasi Weber

Max Weber dalam Jary (1991: 22) menjelaskan rasionalisasi sebagai ciri paling signifikan masyarakat modern. Rasional bermakna mencapai tujuan dengan cara tertentu yang efisien. Rasionalisasi merupakan pelaksanaan atau standardisasi rasionalitas yaitu pertimbangan-pertimbangan yang dibuat sebelum orang melakukan sesuatu. Rasionalisasi dijelaskan oleh Max Weber dalam Ritzer dan Goodman (2004: 150-151) sebagai berikut:

1. Rasionalitas Praktis (*Practical Rationality*)

Rasionalitas praktis adalah rasionalitas dalam rutinitas kehidupan sehari-hari. Mereka yang mempraktikkan rasionalitas tipe ini menerima realitas yang ada dan sekedar mengakulasikan cara termudah untuk mengatasi kesulitan yang mereka hadapi. Rasionalitas ini berkontradiksi dengan sesuatu yang mengancam akan melampaui rutinitas sehari-hari.

2. Rasionalitas Teoritis (*Theoretical Rationality*)

Rasionalitas teoritis merupakan rasionalitas dengan konsep-konsep abstrak, bukan melalui

tindakan. Rasionalitas teoritis menggiring aktor untuk mengatasi realitas sehari-hari dalam upaya memahami dunia sebagai kosmos yang sarat akan makna.

3. Rasionalitas Substantif (*Substantive Rationality*)

Rasionalitas substantif secara langsung menyusun tindakan-tindakan ke dalam sejumlah pola melalui klaster-klaster nilai. Rasionalitas tipe ini melibatkan pemilihan sarana untuk mencapai tujuan dalam konteks sistem nilai.

4. Rasionalitas Formal (*Formal Rationality*)

- a. Rasionalitas formal menggunakan aturan, hukum, regulasi atau standardisasi yang diterapkan secara universal. Rasionalitas formal memiliki enam ciri, di antaranya Struktur dan institusi rasional formal menekankan kalkulabilitas, atau apakah hal-hal tersebut dapat diperhitungkan atau diabaikan.
- b. Fokus pada efisiensi, pada pencarian cara terbaik untuk mencapai tujuan tertentu.
- c. Perhatian besar pada terjaminnya prediktabilitas, atau hal-hal yang beroperasi dengan cara sama dari waktu ke waktu dan dari ruang ke ruang.
- d. Sistem rasional formal secara progresif menggantikan teknologi manusia dengan teknologi non-manusia.
- e. Sistem rasional formal berusaha melakukan kontrol atas berbagai ketidakpastian, khususnya ketidakpastian akibat manusia yang bekerja di dalam, atau dilayani oleh mereka.
- f. Sistem rasional cenderung mengandung serangkaian konsekuensi irasional bagi orang yang terlibat di dalamnya dan bagi sistem itu sendiri, maupun bagi masyarakat yang lebih luas.

McDonaldisasi

Paradigma rasionalisasi masyarakat modern



dijelaskan George Ritzer melalui McDonaldisasi. McDonaldisasi lebih mencerminkan kondisi masyarakat kontemporer. Prinsip-prinsip dalam McDonaldisasi terkandung dalam sektor-sektor di kehidupan masyarakat.

Isu modernitas berkembang dalam *The McDonaldisation of Society* yang dipaparkan Ritzer (1996: 442). McDonaldisasi memandang restoran cepat saji semacam McDonald merepresentasikan paradigma kontemporer rasionalitas formal. McDonald melakukan rasionalisasi atas penyajian makanan cepat saji. McDonaldisasi memberikan analisis yang berdasarkan pada sarana atau tujuan yang berkepentingan dengan efisiensi dan kontrol sosial yang diformalisasikan. Terdapat empat dimensi dari rasionalitas formal McDonaldisasi:

1. Efisiensi

Efisiensi bermakna pencarian cara terbaik untuk mencapai tujuan. Sarana (biaya) yang dibutuhkan dibuat sehemat mungkin untuk mencapai hasil (keuntungan) semaksimal mungkin. Alur produksi, distribusi dan konsumsi dirangkai sedemikian rupa sehingga tercapai efisiensi. Waktu merupakan unsur yang paling diperhitungkan. Semakin cepat waktu digunakan, maka dinilai semakin efisien. Pelayanan terbaik kepada konsumen dalam restoran cepat saji dievaluasi dari seberapa cepat pelayanan pada konsumen (Ritzer, 1996: 443).

Efisiensi dalam McDonald tercermin dari fasilitas *drive-through (drive-tru)* untuk mendapatkan makanan secara efisien waktu dan tempat. Untuk mendapatkan makanan dengan cara *drive-tru* pembeli cukup mendatangi jendela *drive-tru* yang terletak di kawasan luar restoran McDonald tanpa keluar dari kendaraan. Pembeli memesan melalui jendela pemesanan, melakukan pembayaran kemudian mengambil pesanan di jendela pengambilan yang hanya berjarak beberapa meter. Waktu yang diperlukan untuk membeli produk McDonald melalui jendela *drive-tru* jauh lebih cepat daripada di restoran lain. Dari segi aktivitas makan McDonald juga mengutamakan efisiensi waktu dan tempat. Misalnya McNugget dipandang

paling efisien untuk dikonsumsi daripada makanan selain ayam olahan karena masih mengandung tulang (Ritzer, 1998: 105).

2. Kalkulabilitas

Kalkulabilitas mengacu pada semua hal harus dapat dikalkulasikan, dihitung, dan dikuantifikasikan. Ukuran penilaian produk beserta prosesnya terletak pada kuantitas. Kuantitas cenderung lebih diutamakan daripada kualitas karena lebih mudah dalam kalkulabilitas (Ritzer, 1998: 101).

Produk dalam porsi dan jumlah besar dengan harga yang relatif murah dianggap lebih baik daripada kualitas “cita rasa lezat”. Untuk dapat menghasilkan produk yang banyak dalam waktu yang relatif cepat McDonald lebih memilih manusia yang tak terampil yang mengikuti metode rinci dan garis perakitan yang diterapkan dalam memasak dan menyajikan masakan kepada pemesan daripada tergantung dengan kualitas manusia seorang koki terampil (Ritzer, 1996: 443).

Demikian pula yang terjadi pada konsumen. Konsumen didorong untuk mengkonsumsi makanan dalam jumlah besar dengan tawaran pembelian porsi lebih besar dengan harga yang relatif lebih murah dibanding porsi kecil. Akibatnya konsumen cenderung tidak menekankan pada kualitas makan.

3. Prediktabilitas

Prediktabilitas bermakna dunia tanpa kejutan, dalam arti segala sesuatu dapat diperkirakan. Prediksi dapat secara mudah dilakukan karena aktivitas sosial terjadi secara diulang-ulang berupa rutinitas. Pelayanan McDonald diberikan secara terstandarisasi sehingga mudah diperkirakan (Ritzer, 1996: 443).

Aktivitas yang dilakukan oleh pelayan McDonald juga memiliki standarisasi tersendiri sehingga dapat diprediksi di tempat dan waktu berbeda pelayanan yang diberikan relatif sama. Maka pola interaksi antara pekerja McDonald dengan pelanggan akan berlangsung tetap meski dalam waktu dan tempat berbeda. Pelayan McDonald menggunakan pakaian seragam yang sama, mengucapkan kalimat yang sama, dan melakukan

tindakan sama dalam menanggapi keluhan pelanggan (*handling complaint*) sesuai dengan *Standart Operating Procedure (SOP)* yang telah ditetapkan. Menu Big Mac di Jakarta rasanya akan sama dengan Big Mac di Tokyo. Demikian halnya dengan Big Mac yang dimakan hari ini memiliki cita rasa yang sama dengan esok hari.

Ritzer (1998: 79) menambahkan, adaptasi dengan budaya lokal juga merupakan hal yang dapat diprediksi dari McDonald. Setiap cabang McDonald menambahkan menu sesuai dengan budaya lokal. Misalnya di Norwegia McDonald menambahkan menu McLaks (sandwich salmon), di Uruguay terdapat McHuevo (hamburger dengan telur rebus), dan di Indonesia dilengkapi McRice (nasi putih).

4. Kontrol

Poin kontrol mengacu pada penggantian teknologi manusia menjadi teknologi non-manusia. Kontrol terhadap teknologi non-manusia dipandang lebih mudah dilakukan daripada teknologi manusia. Teknologi non-manusia juga mampu bekerja secara otomatis, lebih tepat dan pasti. Penggunaan teknologi non-manusia di McDonald terletak pada penggunaan seperti penggunaan alat masak yang disertai penunjuk waktu (Ritzer, 1996: 443).

Irasionalitas

Sistem rasional yang diterapkan pada restoran cepat saji mengarah pada irasionalitas. Jendela *drive-tru* di McDonald bertujuan untuk efisiensi. Kecepatan mendapatkan pelayanan menjadi keunggulan. Namun kondisinya dapat menjadi tidak efisien saat banyak antrian kendaraan di jalur *drive-tru* yang membuat pelayanan justru lebih lama dari layanan selain *drive-tru*.

Demistifikasi dan dehumanisasi dalam pengalaman makan menjadi bagian dari irasionalitas. Pelanggan terpaksa berinteraksi dengan teknologi bukan dengan manusia (Ritzer, 1996: 443). Contohnya adalah penggunaan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yakni menggantikan peran manusia (*teller*) dengan mesin ATM. Efisiensi

menguntungkan pemilik bank karena tidak perlu banyak mempekerjakan pegawai *teller*. Sebagai gantinya, konsumen diposisikan sebagai pengganti *teller* melakukan pelayanan untuk diri sendiri, melakukan transaksi, mengambil nota, menghitung uang.

Implikasi rasionalisasi selanjutnya adalah terbentuknya *iron cage* pada masyarakat. *Iron cage of rationality* bermakna masyarakat modern menjadi terkurung oleh aturan sehingga tidak memiliki keunikan. Rasionalitas formal seringkali berkonflik dengan rasionalitas substantif (Jary, 1991: 22).

McDonaldisasi dalam Program Televisi 'Courtesy of Youtube'

Sebagaimana McDonald melakukan rasionalisasi atas penyajian makanan cepat saji, industri televisi juga melakukan rasionalisasi formal (McDonaldisasi) dalam program televisi 'Courtesy of Youtube'. Industri televisi melakukan empat dimensi dari rasionalitas formal McDonaldisasi: efisiensi, kalkulabilitas prediktabilitas dan kontrol atas penyajian tayangan televisi 'Courtesy of Youtube'.

1. Efisiensi

Efisiensi bermakna pencarian cara terbaik untuk mencapai tujuan (Ritzer, 1996: 443). Industri televisi mencari cara terbaik menghemat waktu dan biaya produksi untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Program televisi 'Courtesy of Youtube' diindikasikan menerapkan prinsip efisiensi secara maksimal. Produksi tayangan tidak dilakukan melalui liputan ke lapangan secara langsung yang dilakukan oleh tim produksi, namun hanya dengan cara mengunduh potongan-potongan video di situs *youtube* secara gratis. Potongan-potongan video kemudian diolah dan ditayangkan di televisi.

Efisiensi waktu terjadi karena proses mencari dan mengunduh video di situs *youtube* memerlukan waktu yang jauh lebih singkat daripada waktu untuk peliputan langsung. Peliputan langsung menghabiskan banyak waktu dalam perencanaan,

perjalanan, persiapan perlengkapan, juga dalam peliputan itu sendiri.

Efisiensi biaya juga terjadi karena biaya dalam proses mencari dan mengunduh video di situs *youtube* jauh lebih sedikit daripada biaya untuk peliputan langsung. Materi peliputan terletak di tempat yang berjauhan dengan stasiun televisi sehingga memerlukan biaya transportasi. Riset lapangan tidak perlu dilakukan karena materi video dari *youtube* relatif sudah siap tayang. Demikian pula untuk biaya perlengkapan.

Biaya tenaga kerja juga lebih efisien dalam program televisi *Courtesy of Youtube*. Biaya yang diperlukan untuk kru dalam peliputan langsung lebih banyak: host, kameraman, perlengkapan, editing. Program televisi *Courtesy of Youtube* hanya memerlukan kru untuk tim kreatif yang dapat sekaligus melakukan perencanaan dan pencarian file dari *youtube*, kemudian tenaga kerja untuk proses editing video dan suara (*voice over*). Maka dalam program televisi *Courtesy of Youtube* industri televisi dapat jauh lebih berhemat dalam pengeluaran.

Sedangkan untuk mengunduh file di situs *youtube* tidak ditarik biaya, meskipun proses mengunduh itu sendiri bersifat ilegal. Biaya yang diperlukan hanyalah biaya untuk akses internet. Situs *youtube* sebenarnya hanya menyediakan video untuk ditayangkan, bukan untuk diunduh apalagi ditayangkan kembali di media lain. Berbagai tayangan program di Indonesia yang menggunakan potongan-potongan video dari *youtube* sebagai sumber utama diindikasikan sebagai aktivitas yang melanggar hak cipta. Program televisi *Courtesy of youtube* tentu bertujuan komersial yaitu mendapatkan penghasilan dari iklan. Padahal *youtube* telah menegakkan pelarangan menggunakan layanan untuk tujuan komersial kecuali jika mendapatkan persetujuan dari *youtube*. Ketentuan tersebut tercantum dalam *Terms of Service* situs *youtube*.

Waktu dan biaya yang diperlukan keduanya jauh berbeda namun pendapatan yang didapatkan tayangan program televisi *Courtesy of Youtube*

berpotensi sama bahkan jauh lebih besar dengan tayangan dengan peliputan langsung. Keuntungan yang diperoleh televisi tercermin dari tingginya rating tayangan. Rating tinggi televisi akan mendatangkan banyak iklan dengan banyak penghasilan karena rating menjadi satu-satunya standar yang digunakan pengiklan. Bagaimanapun juga institusi media mengutamakan pencarian keuntungan dengan menjual khalayak kepada pengiklan.

2. Kalkulabilitas

Industri televisi melakukan perhitungan ekonomis atas suatu program yang dipandang sebagai produk untuk mencapai keuntungan besar. Distribusi program televisi menggunakan ukuran rating sebagai pertimbangan. Rating tertinggi biasanya diperoleh di waktu yang disebut *prime time*.

Program televisi termasuk program *Courtesy of Youtube* berpegang pada ukuran kuantitas rating. Ukuran penilaian produk televisi terletak pada rating, bukan kualitas tayangan. Pemilihan tayangan televisi bersumber dari rating yang bermakna peringkat acara yang berdasar tingkat konsumsi oleh masyarakat.

Padahal situs *youtube* merupakan tempat berbagi konten video sehingga tidak semua video yang bersumber dari situs *youtube* dapat dikonfirmasi kebenarannya. Pengunggah video di situs *youtube* tidak bertanggung jawab terhadap kebenaran video. Pengunggah dapat melakukan dramatisasi dengan berbagai manipulasi digital.

Berkaitan dengan bisnis dalam dunia industri media, rating menjadi penentu kesepakatan antara pihak televisi dengan klien yang akan memasang iklan di televisi tersebut. Rating adalah ukuran seberapa banyak program televisi disaksikan masyarakat. Rating menjadi patokan pengiklan atas kondisi cakupan audiens program televisi tertentu. Terjadi semacam seleksi alam dimana acara televisi dengan rating tinggi tetap bertahan, sebaliknya rating rendah mengharuskan acara diakhiri.

Di Indonesia, penyelenggaraan rating media penyiaran, termasuk televisi dimonopoli oleh AGB Nielsen. AGB Nielsen merupakan kelompok perusahaan gabungan (joint venture) dari dua perusahaan riset TV terkemuka di dunia, yaitu AGB Group (beroperasi di sekitar 30 negara) dan Nielsen (beroperasi di sekitar 70 negara), yang berpusat di Eropa (Switzerland dan Italia). Dalam melaksanakan survei kepemirsaaan TV, seluruh penyelenggara harus mengacu pada panduan "Global Guidelines for Television Audience Measurement" (GGTAM) yang dibuat oleh Audience Research Method (ARM) Group dengan standarisasi internasional.

Industri televisi berusaha menghasilkan program acara sebanyak-banyaknya dengan rating setinggi-tingginya daripada acara dengan kualitas baik. Program *Courtesy of Youtube* menjadi solusi industri televisi untuk meraih rating tinggi dengan biaya yang relatif murah.

Dengan mengambil potongan-potongan video dari situs *youtube* maka industri televisi tidak memerlukan tenaga kerja yang memiliki kualitas tinggi untuk menghasilkan tayangan televisi. Tenaga kerja yang tidak terampil dapat juga menghasilkan tayangan program *Courtesy of Youtube* dengan mengikuti metode rinci dan garis perakitan yang diterapkan dibantu dengan teknologi internet.

3. Prediktabilitas

Sebagaimana program-program televisi pada umumnya, arah program acara *Courtesy of Youtube* dapat secara mudah diprediksi karena terjadi pengulangan pola di dalamnya. Program acara televisi memiliki standar tersendiri sehingga dapat diprediksi di stasiun televisi dan waktu berbeda program yang diberikan relatif mirip satu sama lain. Program yang diberikan stasiun televisi terutama adalah program hiburan yang terkadang diselipi unsur edukasi.

Prediksi lain yang dapat secara mudah dilakukan adalah jika salah satu acara televisi memiliki banyak penonton (rating tinggi) maka stasiun televisi lain akan berlomba-lomba membuat

program senada. Rutinitas yang dibangun dalam acara televisi membuat penonton tidak akan mendapat 'kejutan' di dalamnya. Rutinitas acara televisi membangun pola komunikasi yang sama antara televisi dengan penonton.

Adaptasi dengan budaya lokal juga menjadi ciri khas program televisi. Televisi berusaha menjaring penonton dengan menyajikan program acara yang mengandung minat penonton. Program televisi *Courtesy of Youtube* seringkali menayangkan tema-tema yang dekat dengan budaya lokal Indonesia. Misalnya tema 'tujuh tempat terangker di dunia' digunakan untuk menarik minat budaya mistis.

4. Kontrol

Sistem komputer melakukan kontrol pada pola tayangan *Courtesy of Youtube*. Industri televisi menggantikan peran peliputan oleh pekerja media (kameramen, reporter, periset) menjadi peran teknologi digital. Maka tayangan *Courtesy of Youtube* tergantung dengan video-video yang disediakan oleh *youtube*. Kreativitas pekerja media dibatasi oleh ketersediaan video dalam *youtube*. Selain itu sistem editing di industri televisi juga memiliki ketergantungan tinggi pada teknologi informasi. Kemajuan program-program komputer untuk mengedit audio, visual, maupun audio visual semakin membuat pekerja media tergantung kepadanya.

Di Indonesia, penyelenggaraan rating media penyiaran, termasuk televisi dimonopoli oleh AGB Nielsen. Dalam melaksanakan survei kepemirsaaan TV. Ada tujuh proses pokok yang mutlak dilakukan dalam penyelenggaraan survei kepemirsaaan TV:

- a. *TV Establishment Survey*: tahap pra-survei untuk menentukan besaran populasi individu yang memiliki TV di rumahtangganya sebagai jumlah pemirsaa potensial yang memiliki kesempatan untuk menonton TV.
- b. *Pemilihan Panel*: pemilihan panel rumahtangga yang akan menjadi responden untuk survei kepemirsaaan TV. Tingkat penyebaran panel (satu set perangkat pencatatan

rating pada televisi responden) didasarkan pada survei awal atau *Establishment Survey* (ES) di 10 kota tersebut untuk menetapkan dan mengidentifikasi profil demografi penonton TV. Penyebaran panel juga didasarkan target pemirsa, misalnya Status Ekonomi Sosial (SES), pendidikan, pekerjaan, dan sebagainya.

- c. Pemasangan *Peoplemeter*: Setelah rumah-tangga bersedia menjadi panel, maka instalasi alat survei elektronik (*peoplemeter*) dilakukan pada semua TV yang berfungsi baik dan aktif digunakan oleh anggota rumah tangga terpilih.
- d. Pengambilan Data: melalui dua sistem, yaitu on-line dan off-line. Pada sistem off-line, data yang direkam di dalam memori modul akan diambil setiap minggu oleh kolektor modul, untuk diganti dengan yang baru. Pada sistem on-line, data diambil setiap hari antara jam 2:00 pagi hingga 6:00 pagi melalui sistem transmisi data dengan menggunakan jaringan telepon selular (GSM) yang diset secara otomatis dan terhubung dengan sistem *Compass® Data Calling & Polling System*, yang merupakan sistem pengumpulan data di server pusat yang terkomputerisasi di kantor AGB-Nielsen.
- e. Produksi Data: Data yang telah dikumpulkan oleh sistem *Compass®* melalui transmisi GSM kemudian diproses dan diproduksi oleh sistem *Pollux®*, yang berada di server AGBNielsen di Jakarta dan juga terkoneksi ke kantor pusat di Switzerland (Buochs dan Lugano) dengan back-up support di Malaysia (Kuala Lumpur).
- f. TV Monitoring: Seiring dengan proses produksi data harian, dilakukan juga proses monitoring TV melalui sistem monitoring TV Events® yang berjalan selama 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu untuk memperoleh data program yang ditayangkan setiap TV, beserta iklan-iklan yang

ditayangkan.

- g. Pemrosesan Akhir dan Pengiriman Data: Data kepemirsaaan, data rumah tangga dan demografi responden, serta data perpindahan channel yang ditonton per menit dari panel rumah tangga yang telah diproses, diproyeksikan dan diproduksi melalui sistem *Pollux®* kemudian digabung secara otomatis dengan data monitoring Program & Iklan TV yang diproduksi oleh sistem TV Event® untuk database di dalam perangkat lunak analisis TV Arianna.

Ketergantungan sistem rating terhadap teknologi terlihat dari penggunaan alat *peoplemeter* pada panel rumah tangga yang menjadi responden untuk survei kepemirsaaan TV. Pengambilan data yang terekam dalam *peoplemeter* dilakukan melalui dua sistem, yaitu on-line dan off-line. Pada sistem on-line peran teknologi internet sangat tinggi. Teknologi internet menggantikan peran manusia untuk mengambil data yang terekam di *peoplemeter*. Data diambil melalui sistem transmisi data dengan menggunakan jaringan telepon selular (GSM) yang diset secara otomatis dan terhubung dengan sistem *Compass® Data Calling & Polling System*, yang merupakan sistem pengumpulan data di server pusat yang terkomputerisasi di kantor AGB Nielsen.

Irasionalitas

Sistem rasional yang diterapkan pada tayangan *Courtesy of Youtube* mengarah pada irasionalitas. Efisiensi yang dilakukan industri televisi untuk menghemat waktu dan biaya produksi dengan mengunduh video dari situs *youtube* diindikasikan sebagai aktivitas yang melanggar hak cipta. Situs *youtube* sebenarnya hanya menyediakan video untuk ditayangkan, bukan untuk diunduh apalagi ditayangkan kembali di media konvensional untuk kepentingan komersial.

Irasionalitas terjadi pada tayangan *Courtesy of Youtube* saat pekerja media perlahan dihilangkan perannya untuk digantikan dengan peran teknologi. Demi efisiensi, peran tenaga *host*, kameraman, perlengkapan, editing dihapus pada tayangan

Courtesy of Youtube. Iron cage of rationality terjadi karena industri televisi terkurung oleh aturan sehingga tidak memiliki keunikan. Kreativitas pekerja media menjadi terbelenggu. Tayangan juga menjadi dangkal dan seragam karena bukan merupakan liputan langsung yang dilakukan pekerja media.

Penilaian tayangan dengan sistem rating menunjukkan irasionalitas karena menjadi satu-satunya acuan yang dianggap merepresentasikan selera penonton di Indonesia. Padahal survei AGB Nielsen hanya mencakup 10 kota besar, yaitu Jakarta, Surabaya, Medan, Semarang, Bandung, Makassar, Yogyakarta, Palembang, Denpasar, dan Banjarmasin. Sampel tidak meliputi wilayah pedesaan yang justru didiami delapan puluh persen masyarakat Indonesia.

Penggunaan alat *peoplemeter* dalam sistem rating dianggap cukup menjadi representasi, padahal analisis secara mendalam mengenai pendapat masyarakat mengenai kualitas tayangan jauh lebih penting. Penggunaan video dari *youtube* memiliki risiko cukup besar karena situs *youtube* merupakan tempat berbagi konten video sehingga tidak semua video yang bersumber dari situs *youtube* dapat dikonfirmasi kebenarannya. Pengunggah video di situs *youtube* tidak bertanggung jawab terhadap kebenaran video. Pengunggah dapat melakukan dramatisasi dengan berbagai manipulasi digital.

C. SIMPULAN

McDonaldisasi terjadi dalam program televisi *Courtesy of Youtube* berupa efisiensi, kalkulabilitas, prediktabilitas dan kontrol. Industri berusaha mencari cara terbaik menghemat waktu dan biaya produksi untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin melalui program televisi *Courtesy of Youtube*. Program televisi termasuk program *Courtesy of Youtube* berpegang pada ukuran kuantitas rating, bukan kualitas tayangan.

Arah program acara *Courtesy of Youtube* dapat diprediksi karena terjadi pengulangan pola di dalamnya. Sistem rasional yang diterapkan pada

tayangan *Courtesy of Youtube* mengarah pada irasionalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Grant, August E and Jennifer H. Meadows. (2008). *Communication Technology Update and Fundamentals 11th Edition*. Burlington: Elsevier.
- Henslin, James M. (2007). *Sosiologi dengan Pendekatan Membumi, jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Jary, David and Julia Jary. (1991). *Collins Dictionary of Sociology*. Great Britain: Harper Collins.
- Kivisto, Peter. (2011). *Illuminating Social Life: Classical and Contemporary Theory Revisited*. California: Pine Forge Press.
- Ritzer, George dan Douglas J Goodman. (2004). *Teori Sosiologi dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Ritzer, George. (1996). *Modern Sociological Theory*. Singapore: McGraw-Hill.
- Ritzer, George. (1998). *The McDonaldization Thesis Explorations and Extensions*. London: Sage Publications.
- Ritzer, George. (2010). *McDonaldization: The Reader*. London: Sage Publications.



REPRESENTASI KONFLIK PLURALISME ANTAR AGAMA DAN BUDAYA DALAM FILM 'TANDA TANYA'

Suhariyanto

Dosen Fakultas Dakwah & Komunikasi UNISNU, Jl. Taman Siswa No. 9 Tahunan Jepara,
senopop@gmail.com

Abstract

Film was mass media that had the ability to convey the message to the audience. Tanda Tanya was one of films which had theme of Indonesian pluralism with tolerance between different religions or cultures. The film was interesting to study because many people did not have in sensitivity towards the existence of religious and cultural differences that arouse people to do harassment, violence, humiliation, and discriminatory actions due to having different races and classes. The type of research was descriptive one that was carried out by using a qualitative approach and using the method of Roland Barthes's emiotic analysis, namely the syntagmatic analysis through the leksia and paradigmatic analysis to evaluate the denotation and connotation meaning. The results showed that religion diversity in Indonesianis was still considered as taboo thing and could not accept each other. So minor religion in Indonesia was still getting unfair treatment from the major religion.

Keywords

*semiotics, film, pluralism
conflict, religion, culture*

Abstrak

Film merupakan media massa yang mempunyai kemampuan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Tanda Tanya adalah salah satu film yang bertema pluralisme di Indonesia dengan toleransi antar agama atau budaya yang berbeda. Film ini menarik untuk diteliti karena banyak ketidakpekaan masyarakat terhadap perbedaan agama dan budaya yang ada sehingga menimbulkan tindakan pelecehan, kekerasan, penghinaan, dan tindakan diskriminatif akibat memiliki ras dan kelas yang berbeda. Tipe penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta menggunakan metode analisis semiotika milik Roland Barthes, yakni analisis sintagmatik melalui analisis leksia dan analisis paradigmatic untuk mengungkapkan makna denotasi dan makna konotasinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keragaman beragama di Indonesia sebagian masyarakat dianggap masih tabu dan belum bisa menerima satu sama lain. Sehingga agama minoritas di Indonesia masih mendapatkan perlakuan yang tidak adil dari agama yang mayoritas.

A. PENDAHULUAN

Film merupakan salah satu bentuk media yang tidak lepas dari campur tangan pembuatnya untuk mengangkat isu ataupun persoalan yang terjadi di masyarakat. Tanda Tanya (2011) adalah salah satu film yang bertema pluralisme di Indonesia dengan toleransi antar agama atau budaya yang berbeda. Film ini menarik untuk diteliti karena banyak ketidakpekaan masyarakat terhadap perbedaan agama dan budaya yang ada sehingga menimbulkan tindakan pelecehan, kekerasan, penghinaan, dan tindakan diskriminatif akibat memiliki ras dan kelas yang berbeda. Sistem diskriminatif dewasa ini bukan hanya terjadi di Negara-negara lain seperti di Amerika, tapi juga terjadi di Indonesia. Kondisi kehidupan seperti ini juga terjadi di Indonesia baik dulu maupun sampai sekarang, ini bisa terlihat dalam isu keyakinan dalam memeluk agama. Secara statistik pemeluk agama Islam di Indonesia adalah mayoritas di banding pemeluk agama lain di Indonesia. Meskipun Indonesia bukanlah negara yang berdasarkan agama, agama menjadi salah satu pertimbangan penting dalam berbagai aspek kehidupan. Ia secara jelas menjadi salah satu dasar negara dan bahkan pemerintah memiliki hukum yang jelas tentang adanya agama resmi (diakui keberadaannya oleh pemerintah). Berdasarkan hasil sensus tahun 2010, jumlah penduduk Indonesia adalah 237.641.326 jiwa atau bertambah sekitar 36 juta jiwa dalam kurun waktu 10 tahun. Laju pertumbuhan penduduk rata-rata pada periode 2000-2010 adalah sebesar 1,49 persen pertahun. Dari jumlah tersebut sebanyak 207,2 juta jiwa (87,18 persen) mengaku beragama Islam, diikuti oleh penganut agama Kristen 16,5 juta jiwa (6,96 persen), 6,9 juta jiwa menganut agama Katolik (2,91 persen), 4 juta penganut agama Hindu (1,69 persen), 1,7 juta penganut Buddha (0,72 persen), 0,11 juta penganut Konghucu (0,05 persen), dan agama lainnya 0,13 persen (<http://www.scribd.com/doc/87158830/Penduduk-Dan-Agama-Di-Indonesia-2010>).

Film Tanda Tanya yang berdurasi 1: 41: 32 jam ini adalah film drama Indonesia yang dirilis pada

tanggal 7 April 2011 dengan disutradarai oleh Hanung Bramantyo, dan dibintangi oleh pemeran utama: Reza Rahadian dan Revalina S. Temat. Tema dari film ini adalah pluralisme agama di Indonesia yang sering terjadi konflik antar keyakinan beragama, yang dituangkan ke dalam sebuah alur cerita yang berkisar pada interaksi dari tiga keluarga, satu Buddha, satu Muslim, dan satu Katolik, setelah menjalani banyak kesulitan dan kematian beberapa anggota keluarga dalam kekerasan agama, mereka mampu untuk hidup berdamai.

Berdasarkan pengalaman Bramantyo sebagai seorang anak ras campuran, film Tanda Tanya ini dimaksudkan untuk melawan penggambaran Islam sebagai "agama radikal". Namun, karena tema film ini diangkat dari masalah pluralisme agama dan inti cerita yang kontroversial, Bramantyo mengalami kesulitan dalam menemukan dukungan pendanaannya. Akhirnya Bramantyo berhasil menemukan perusahaan Mahaka Pictures yang bersedia memberikan dana sebesar Rp. 5 miliar guna membiayai proses produksi film ini, dan syuting perdana pun dimulai pada tanggal 5 Januari 2011 di Semarang.

Ketika dirilis pada tanggal 7 April 2011, film Tanda Tanya selain sukses secara komersial, karena film ini menerima ulasan yang menguntungkan dan telah dilihat oleh lebih dari 550.000 orang, film ini juga tidak luput menuai banyak kritik tajam. Film Tanda Tanya yang diputar secara internasional ini mendapatkan nominasi pada sembilan kategori Piala Citra di Festival Film Indonesia 2011 dan telah berhasil memenangkan satu di antaranya. Namun, beberapa kelompok Muslim Indonesia, termasuk Majelis Ulama Indonesia (MUI), Front Pembela Islam (FPI), dan Nahdlatul Ulama (NU), memprotes keras film ini karena isi pesan pluralisnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah hal apakah yang menjadikan konflik pluralism di Indonesia menurut film Tanda Tanya?

B. METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta menggunakan metode analisis semiotika milik Roland Barthes, yakni analisis sintagmatik melalui analisis leksia dan analisis paradigmatik untuk mengungkapkan makna denotasi dan makna konotasinya. Metode semiotika Barthes juga dipadukan dengan *The Codes of Television* milik John Fiske yang meliputi level realitas, level representasi dan level ideologi. Level realitas terdiri dari kostum, riasan, latar, gaya bicara, ekspresi. Level representasi meliputi, aspek kamera, musik, pencahayaan, suara. Serta level ideologi merupakan hasil dari level realitas dan representasi yang diterima sebagai kode ideologis, seperti patriarki, ras, kelas dan feminisme.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemeran Film “Tanda Tanya”

Film “Tanda Tanya” ini memiliki fokus pada hubungan antar agama di Indonesia, sebuah negara di mana konflik agama menjadi hal yang umum, dan ada sejarah panjang kekerasan dan diskriminasi terhadap Tionghoa Indonesia. Alur cerita film menceritakan tentang tiga keluarga yang tinggal di sebuah desa di Semarang, Jawa Tengah: keluarga Tionghoa-Indonesia dan beragama Buddha, Tan Kat Sun (Hengky Solaiman) dan anaknya Hendra (Rio Dewanto), pasangan muslim: Soleh (Reza Rahadian) dan Menuk (Revalina S. Temat), dan seorang muallaf Katolik: Rika (Endhita) dan Abi anaknya yang seorang muslim.

Sun dan Hendra menjalankan sebuah restoran masakan Cina yang menyajikan daging babi, yang dilarang bagi umat Islam, meskipun restoran memiliki klien dan staf muslim. Untuk memastikan hubungan baik dengan karyawan muslim dan pelanggannya, Sun menggunakan peralatan khusus untuk mempersiapkan daging babi dimana ia tidak mengizinkannya untuk digunakan untuk hidangan lainnya, dan memungkinkan stafnya memiliki waktu untuk shalat, ia juga memberi mereka liburan selama Idul Fitri, hari libur muslim yang

terbesar. Salah satu karyawannya adalah Menuk, yang ikut membantu Soleh, suaminya yang menganggur. Rika adalah teman Menuk dan terlibat dengan seorang aktor muslim yang gagal; Surya (Agus Kuncoro).

Pada usia 70-an, Sun jatuh sakit, dan restoran diambil alih oleh Hendra, yang memutuskan itu akan melayani secara eksklusif masakan dari daging babi dan mengasingkan pelanggan muslimnya. Hendra mulai masuk ke dalam konflik dengan Soleh, karena Hendra sebelumnya pernah menjadi kekasih Menuk. Menuk menjadi semakin tertekan setelah Soleh mengatakan kepadanya bahwa ia berencana untuk menceraikannya, dan mereka didorong untuk berpisah. Sedangkan Rika merasa stres karena dia telah dirawat oleh tetangganya dan keluarganya yang telah berpindah agama dari Islam ke Katolik, Abi juga menghadapi pengucilan. Sementara itu, Surya dan Doni (Glenn Fredly) bersaing untuk kasih sayangnya. Surya marah atas kegagalan untuk menemukan pekerjaan akting yang baik.

Soleh bergabung dengan kelompok amal Islam, Nahdlatul Ulama (NU), berharap untuk mendapatkan kepercayaan. Meskipun ia awalnya enggan untuk melindungi keamanan gereja, ia akhirnya mengorbankan hidupnya ketika ia menemukan bom telah ditanam di sebuah gereja Katolik. Dia bergegas keluar dengan bom, yang meledak di luar gereja dan membunuh Soleh. Sun meninggal ketika restorannya tidak ditutup untuk menghormati Idul Fitri, akhirnya diserang oleh sekelompok umat Islam. Setelah serangan itu, Hendra membaca 99 Nama Allah dan masuk Islam, ia mencoba untuk mendekati Menuk, meskipun tidak jelas apakah ia akan menerima dia. Surya menerima tawaran dari Rika untuk memainkan peran Yesus di gerejanya pada saat perayaan Natal dan Paskah, dimana ia menerima bayaran yang tinggi setelah ragu-ragu karena takut bahwa hal itu akan bertentangan dengan agamanya, setelah perayaan tersebut dia membaca Al-Ikhlâs di dalam masjid. Sedangkan Rika akhirnya mampu memperoleh restu orangtuanya untuk berpindah agama.

Para pemeran film Tanda Tanya di antaranya: (1) Revalina S. Temat sebagai Menek, seorang wanita muslim yang religius, mengenakan jilbab dan menikah dengan Soleh. Menek bekerja di restoran Tan Kat Sun dimana ia akan dipinang oleh Hendra, anak Sun. Menek menikah dengan Soleh, yang tidak ia cintai, karena sebenarnya cinta Menek hanya dengan Hendra, tapi Menek memilih Soleh karena dia seorang muslim. (2) Reza Rahadian sebagai Soleh, suami Menek seorang muslim dan pengangguran, yang ingin menjadi pahlawan bagi keluarganya. Dia akhirnya bergabung dengan cabang Banser dari Nahdlatul Ulama (NU) yang bertugas melindungi tempat-tempat ibadah dari kemungkinan serangan teroris. Dia meninggal dalam proses mengeluarkan bom dari sebuah gereja yang dipenuhi jamaah. (3) Endhita sebagai Rika, seorang janda muda, ibu dari satu anak, dan seorang mualaf dari Katolik. Karena perceraian dan perpindahan agamanya, dia sering dipandang rendah oleh tetangganya. Dia juga masuk ke dalam konflik dengan anaknya Abi, yang tidak menjadi mualaf seperti dia. Endhita masuk dalam nominasi Festival Film Indonesia tahun 2011 untuk Aktris Pembantu Terbaik atas perannya, tetapi dia dikalahkan oleh Dewi Irawan dari *Sang Penari*. (4) Agus Kuncoro sebagai Surya, seorang aktor muda muslim dan pacar Rika. Dia akhirnya menjadi peran utama sebagai Yesus pada saat perayaan Natal dan Paskah Rika. Kuncoro menerima nominasi sebagai untuk Aktor Pembantu Terbaik, tetapi dikalahkan oleh Mathias Muchus dari film *Pengejar Angin*. (5) Rio Dewanto sebagai Hendra (Ping Hen), putra Tat Kan Sun dan Lim Giok Lie. Dia terus-menerus bertengkar dengan orang tuanya, terutama tentang menjalankan restoran. Ia juga jatuh cinta dengan Menek, tapi Menek menolaknya karena dia bukan muslim. Setelah kematian ayahnya ia berpindah agama ke Islam. (6) Hengky Solaiman sebagai Tan Kat Sun, seorang Tionghoa-Indonesia dan pemilik restoran, suami dari Lie Giok Lim dan ayah dari Hendra. Sun memiliki kondisi kesehatan buruk, tapi ia terus sikap positif. (7) Edmay sebagai Lim Giok Lie, istri dari Tan Kat Sun dan ibu dari Hendra. (8) Glenn Fredly sebagai

Doni, seorang pemuda Katolik yang jatuh cinta pada Rika. (9) David Chalik sebagai Wahyu, adalah seorang ustad dan juga penasihat dari Surya. (10) Dedy Soetomo sebagai pastor di gereja Rika.

Representasi Konflik Agama di Film “Tanda Tanya”

Keragaman agama di Indonesia sebagian masyarakat masih menganggap hal yang tabu dan belum bisa diterima satu sama lain. Sehingga agama minoritas di Indonesia masih mendapatkan perlakuan yang tidak adil dari agama yang mayoritas.

Banyak ucapan ataupun tindakan diskriminasi yang terjadi dalam film Tanda Tanya. Pengucapan kata *Cina, asu* yang terjadi di beberapa adegan. Sedangkan tindakan diskriminasi terjadi di beberapa adegan seperti pemisahan tempat masak antara daging babi dan daging non babi. Perlakuan keluarga tionghua sama keluarga Islam sangat beda karena beda tradisi yaitu pandangan soal masuk kerja di restoran, karena Islam ada hari Ramadhan dan Idul Fitri tapi di keluarga tionghua merasa tidak mendapatkan keadilan. Sikap perlawanan mereka didasari atas keinginan untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak. Hal ini dibenarkan oleh Wood (2004 dalam West dan Turner, 2008: 179) yang menjelaskan sikap berasal dari perlawanan terhadap mereka yang berkuasa dan menolak untuk menerima cara bagaimana masyarakat mendefinisikan kelompok mereka. Tindakan Soleh dan sebagian masyarakat memprotes restoran Tan Kat Sun karena di hari idul fitri kedua karyawan restoran tetap masuk seperti hari biasa. Merasa tidak terima mereka yang mempunyai istri dan bekerja sebagai karyawan restoran yakni wanita berjilbab Menek. Akhirnya Soleh dan masyarakat yang lain protes dengan cara kekerasan dan mengakibatkan Tan Kat Sun pemilik restoran terluka dan akhirnya meninggal dunia. Hegel mengatakan bagaimana hubungan tuan-budak membentuk perbedaan sikap para partisipan dalam hubungan tersebut. Argumen Hegel menyatakan bahwa tidak ada visi tunggal berkaitan kehidupan sosial. Tiap kelompok sosial mempersepsikan



pandangan parsial mengenai masyarakat (West dan Turner, 2008; 179).

Teori yang dipakai dalam penelitian adalah paradigma kritis dan *standpoint theory*. Teori ini mengungkapkan bahwa satu perspektif akan mengaburkan hal-hal lainnya. Seperti diungkapkan Riger (1992) *standpoint theory* memberikan kerangka untuk memahami sistem kekuasaan. Kerangka yang dibangun atas dasar pengetahuan yang dihasilkan dari kehidupan sehari-hari, orang mengakui bahwa individu itu sendiri adalah konsumen aktif dari realitas mereka sendiri dan bahwa perspektif individu-individu itu sendiri merupakan sumber informasi yang paling penting mengenai pengalaman mereka. Teori sikap berargumen bahwa tidak ada standar obyektif untuk mengukur sikap. Pada intinya, semua pernyataan, ungkapan, dan teori harus dipahami sebagai perwakilan dari lokasi sosial yang obyektif (West dan Turner, 2008: 278).

Dalam film 'Tanda Tanya' yang diteliti oleh peneliti menemukan bahwa sikap pemeluk tionghoa dan pemeluk agama Islam akan berbeda dalam pandangan baik agama maupun budaya. Tan Kat Sun beda pandangan dengan putranya bernama Ping Hen dalam memperlakukan pembantu muslim. Kalau Tan Kat Sun memperlakukan pembantu muslim dengan tindakan yang tidak diskriminatif, sedangkan Ping Hen dalam memperlakukan pembantu muslim dengan diskriminatif, ini bisa dilihat dari kebijakan yang diterapkan dalam restorannya terhadap karyawan muslim. Hal ini dibenarkan Mark (dalam West dan Turner, 2008: 278) bahwa teori *standpoint* untuk mempelajari ras dan budaya. Hierarki sosial tidak bersifat paten, terdapat pergulatan yang berkesinambungan di dalam masyarakat untuk menentukan kelompok mana yang dominan dan siapa yang memiliki hak untuk berbicara bagi diri mereka dan orang lain (West dan Turner, 2008: 181).

Asumsi penelitian ini adalah tercapai kesetaraan bagi agama satu sama agama yang lainnya. Kesetaraan berhasil diperoleh ketika Soleh melakukan perlawanan terhadap kebijakan Ping

Hen waktu memasukkan karyawannya pada Idul Fitri kedua. Dan pembelaan Soleh terhadap agama Kristen saat malam Misa dimana akhirnya Soleh meninggal dunia karena menyelamatkan kaum Kristen yang ada di Gereja dengan cara membuang Bom dan meledak kena tubuh Soleh sampai dia meninggal dunia. Saat itulah kedamaian antar agama terjalin dan memahami agama satu dengan agama yang lain.

Hal ini tidak lepas dari pemikiran Harstock mengenai teori sikap. Kehidupan material tidak lepas dari posisi kelas yang menyusun dan membatasi pemahaman akan hubungan sosial. Ketika kehidupan material distrukturkan dalam dua cara yang berlawanan untuk dua kelompok yang berbeda, pemahaman yang satu akan menjadi kebalikan dari yang satunya. Ketika terdapat kelompok dominan kelompok bawahan, dan pemahaman dari kelompok yang dominan akan bersifat parsial dan merugikan (West dan Turner, 2008: 186). Harstock juga menyatakan bahwa kelompok yang menjadi bawahan harus berjuang bagi visi mereka mengenai kehidupan sosial.

Dalam hal ini sang sutradara Hanung Bramantyo mempresentasikan film 'Tanda Tanya' karena terjadi konflik horizontal yang mewarnai perjalanan kehidupan bangsa Indonesia yang plural. Pro dan kontra tentang pluralisme masih menjadi perdebatan di Indonesia, peristiwa ini direkam oleh berbagai media baik media cetak, majalah, televisi maupun film melalui proses konstruksi.

Pada Film Tanda Tanya tersebut, Hanung sebagai sang sutradara ingin menggambarkan pluralisme di Indonesia dengan toleransi antar agama atau budaya yang berbeda. Isu pluralisme, sangat ditekankan pada nilai-nilai yang terkandung dalam film itu.

Analisis Sintagmatik: Tanda-tanda konflik pluralisme antar agama dan budaya

Secara garis besar tindakan resistensi terjadi dalam dua bentuk yaitu, resistensi secara langsung dan resistensi secara tidak langsung. Resistensi secara langsung dapat terjadi melalui bentuk verbal dan non verbal. Begitu juga dengan resistensi

secara tidak langsung, terjadi secara verbal dan non-verbal.

a. Resistensi secara langsung

Resistensi secara langsung terjadi akibat sikap spontan sebagai dampak dari respon yang diterima. Sikap melawan ini biasanya terjadi tanpa direncanakan dan langsung menuju obyek sasarannya. Resistensi secara langsung dapat berupa ungkapan kata-kata yang kasar atau sikap.

Sedangkan resistensi dalam bentuk verbal terjadi karena pemilihan diksi secara lisan yang diucapkan secara langsung kepada tokoh yang bersangkutan. Pada adegan 2, tampak percakapan antara Ping Hen, putra Tan Kat Sun dengan Soleh. Soleh memanggil Ping Hen dengan sebutan “Dasar Cina”. Sedangkan Ping Hen memanggil Soleh dengan sebutan “Dasar Islam” yang secara tidak langsung merupakan wakil dari agama Islam. Resistensi verbal secara langsung juga di tunjukkan Ping Hen, saat Soleh habis menemui istrinya di rumah makan Pin Hen. Pin Hen mengatakan pada ibunya dan bilang “gara-gara ketaatan beribadah” Menuk mau dengan Soleh. Pada frasa di atas, Pin Hen menganggap Soleh tidak bermakna gara-gara taat beribadah saja dan tidak punya pekerjaan seperti yang di lakukan Pin Hen dan keluarganya yang punya restoran.

Resistensi dalam bentuk non verbal dilakukan dengan cara mencengkeram baju, ataupun melakukan hal-hal yang bersifat fisik, bukan berupa lisan. Pada adegan di mana Soleh saat jaga gereja sebagai Panser NU untuk mengamankan keamanan saat umat Kristen melakukan Misa. Tiba-tiba berkata dan menghina Soleh sebagai pekerja sampingan saat menjadi Panser NU. Merasa tersinggung Soleh mengatakan pada Pin Hen dengan kata-kata “Dasar Cina” dengan kata itulah Pin Hen berbalik arah dan menghajar Soleh dan terjadilah pertengkaran, padahal hari itu sedang ada misa di gereja, tetapi mereka malah berantem sendiri. Keputusan Pin Hen melakukan pukulan pada Soleh adalah suatu tindakan melawan rasisme yang dilontarkan Soleh sebagai umat Islam pada keluarga Tionghoa di Indonesia.

b. Resistensi secara tidak langsung

Resistensi secara tidak langsung dalam bentuk verbal terjadi ketika tokoh utama membicarakan tokoh lain di belakangnya. Perkataan yang hanya diketahui tokoh lain, bukan pada tokoh yang bersangkutan.

Perempuan memiliki sifat-sifat khas yang tidak dimiliki oleh kaum laki-laki, yakni melahirkan, memelihara, dan mengurus anak. Hal ini mendorong laki-laki berpendapat bahwa ruang lingkup yang sesuai dengan perempuan adalah rumah dan keluarga karena fisik dan pembawaan perempuan dianggap paling cocok dengan tugas-tugas tersebut (Saptiawan dan Sugihastuti, 2007: 19). Tetapi yang terjadi adalah, Menuk malah sibuk dengan pekerjaannya di restoran dimana sosok Menuk lebih mengutamakan bekerja demi kebutuhan keluarganya di tempat orang yang beda agama dan terkadang beda ideologi juga.

D. SIMPULAN

Film *Tanda Tanya* menyajikan rangkuman bagaimana pluralisme antar agama dan budaya di Indonesia harus dipahami kita bersama sehingga terbina kerukunan bersama. Dimana Indonesia adalah negeri yang memiliki banyak kelompok agama, dan kerap terjadi konflik dalam keberagamaannya. Kita harus berpikir bagaimana menghadapi perbedaan budaya dan keyakinan di Indonesia. Film ini sebagai interpretasi pribadi terhadap situasi religius di negara ini.

Konflik dalam film *Tanda Tanya* diselesaikan ketika masing-masing karakter dari tokoh mulai percaya bahwa semua agama adalah baik, dan semua memuji Tuhan, dengan demikian, semua konflik agama akan berakhir jika orang-orang berkenan menerima kepercayaan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, Roland. (1991). *Mythologies*. New York: The Noonday Press.
- Donald, E Hartsock (ed). 1968. *Contemporary Religious Issues*. Los Angeles: University of



California. Wadsworth Publishing.

Dow, Bonnie J. and Julia T. Wood. (2006). *The Sage Handbook of Gender and Communication*. London: Sage Publications.Inc.

Hartsock N. (1983). *The Feminist Standpoint* dalam S. Harding and M. B Hintikka (edr). *Discovering Reality*. Holland Boston London: D. Riedel Publishing Company.

Riger, S. (1992). *Epistmological Debates, Feminist Voies: Science, Social Values, and The Study of Women*. American Psychologist.

Sugihastuti dan Saptiawan, Itsna Hadi. (2007). *Gender dan Inferioritas Perempuan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

West, Richard, dan Lynn H. Turner. (2008). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Jakarta: Salemba Humanika.



PEMAHAMAN KEAGAMAAN DAN INTENSITAS IBADAH MAKHDHOH TERHADAP ETOS KERJA KARYAWAN

Murniati

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UNISNU, Jl. Taman Siswa No. 9 Tahunan Jepara,
murni@yahoo.com

Abstract

This paper aims to determine the effect of religious understanding and religious intensity to the work ethic of employees makhdhoh home industry in Karanggondang Jepara. The population in this study included all Karanggondang villagers who work laborers/employees totaled 1,160 individuals. The sampling technique is done by using a non-probability sampling design. Techniques of data collection using a questionnaire. The results showed that among religious understanding and work ethic of the employees of F_{hitung} by 87.327 F table means that there is the influence of the religious understanding of the work ethic of employees. Regarding the relationship between the intensity of worship makhdhoh (X_2) and the work ethic of employees (Y) obtained the value F_{hitung} 12,906 F table, this means that the intensity of worship makhdhoh affect the work ethic. While the results of multiple linear regression obtained F value of 51,527. Thus, it can be concluded that the religious understanding, the intensity of worship makhdhoh positive effect on employee work ethic.

Keywords

religious understanding, worship, work ethic

Abstrak

Tulisan ini bertujuan mengetahui pengaruh pemahaman keagamaan dan intensitas ibadah makhdhoh terhadap etos kerja karyawan *home industri* di desa Karanggondang Jepara. Populasi pada penelitian ini meliputi seluruh penduduk desa Karanggondang yang berprofesi buruh/ karyawan berjumlah 1160 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rancangan *sampling non probabilitas*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner). Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara pemahaman keagamaan dan etos kerja karyawan diperoleh F_{hitung} sebesar 87,327 F tabel berarti bahwa ada pengaruh pemahaman keagamaan terhadap etos kerja karyawan. Mengenai hubungan antara intensitas ibadah makhdhoh (X_2) dan etos kerja karyawan (Y) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 12,906 F tabel, ini berarti bahwa intensitas ibadah makhdhoh berpengaruh terhadap etos kerja. Sedangkan dari hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai F sebesar 51,527. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pemahaman keagamaan, intensitas ibadah makhdhoh berpengaruh positif terhadap etos kerja karyawan.



A. PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang universal, di dalamnya berisi tata nilai agung yang lengkap mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya, serta mengatur pola hubungan dengan manusia dan alam sekitarnya.

Salah satu keistimewaan Islam ialah tidak melepaskan manusia sendirian untuk menemukan konsep pengembangan dirinya sebagai *abdun* dan *khalifatullah fi al-ardh*, tetapi memberikan tuntunan dan petunjuk lengkap yang terdapat di dalam al-Qur'an dan Sunnah Nabi sebagai pedoman dalam berkehidupan.

Demikian halnya Islam sebagai konsep kehidupan, ia memiliki landasan dan prinsip yang khas yang dikenal dengan "Akidah Tauhid". Landasan inilah yang seharusnya mendasari sikap, gerak, dan pola pikir setiap muslim. Wawasan pemahaman terhadap tauhid ini biasanya terimplikasi dalam bentuk perilaku, moralitas, visi, pola pikirnya dalam kehidupan yang nyata. Dengan demikian semakin dangkal kadar tauhid seseorang, semakin rendah pula kadar akhlak, watak kepribadian serta kesiapannya dalam menerima Islam sebagai *way of life*.

Yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya adalah bahwa manusia dikaruniai akal. Dengan akal inilah manusia dapat berfikir tentang sebuah kesadaran akan kebutuhan penghambaan diri kepada yang Maha Kuasa yaitu Allah dengan cara melaksanakan semua perintah-Nya dan menjauhi semua larangan-laranganNya, karena di dalam risalahNya jelas disebutkan bahwa kehidupan manusia tidak terbatas pada kehidupan dunia saja akan tetapi ada kehidupan yang lebih kekal yaitu kehidupan akhirat. Dalam realitas kehidupan dunia, Islam memandang penting segala sesuatu yang bersifat produktif dan berperan dalam berbagai aktivitas ekonomi, seperti: pertanian, perkebunan, perindustrian dan perdagangan. Islam memberkahi pekerjaan dunia ini dan menjadikanya sebagai bagian dari ibadah dan jihad, jika sang pekerja konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakannya (Wahab, 2003:

196). Seorang muslim dilarang berpangku tangan, bermalas-malasan, tidak mau mencari rizki, sebab pada diri masing-masing muslim bertanggung jawab terhadap suatu beban yang menjadi tanggungannya, misal keluarga kecilnya, lingkungan sosial dimana ia tinggal, bahkan agamanya.

Penelitian ini berada di Desa Karanggondang. Sebuah desa yang berpenduduk 15045 yang terdiri dari Islam 8075 Kristen 6941. Sebagian besar penduduknya hidup dengan pencaharian bertani, berdagang, dan pertukangan atau permebelan (Bank data Desa karanggondang). Sebagian penduduk di desa Karanggondang mendirikan usaha permebelan di rumah-rumah yang penulis sebut *home industri*, sebagian yang lain menjadi kuli atau tukang kayunya untuk yang laki-laki dan bagi kuli perempuan menjadi tukang amplas. Karena Jepara terkenal dari nenek moyang sebagai kota ukir, maka para karyawan mebel tidak hanya dari desa Karanggondang sendiri, tetapi ada juga yang dari luar kota.

Fenomena keragaman agama dan pola kehidupan ekonomi yang cukup dinamis khususnya dipermebelan ini yang mendorong penulis untuk meneliti tentang seberapa besar tingkat pemahaman keagamaan dan intensitas ibadah makhdhoh terhadap etos kerja karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh pemahaman keagamaan dan intensitas ibadah makhdhoh terhadap etos kerja karyawan *home industri* di desa Karanggondang.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bertujuan untuk memperoleh kebenaran ilmiah tentang pengaruh pemahaman keagamaan dan intensitas ibadah makhdhoh terhadap etos kerja karyawan, sifat penelitian ini adalah kuantitatif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan teknik korelasional. Variabel penelitian meliputi dua variabel bebas yaitu pengaruh pemahaman keagamaan (X1), intensitas ibadah makhdhoh (X2) dan variabel

terikat etos kerja karyawan (Y). Hubungan antara variable penelitian tersebut dapat digambarkan dalam korelasi masalah sebagai berikut: Variabel bebas (X) Variabel terikat (Y). Populasi pada penelitian ini meliputi seluruh penduduk desa Karanggondang yang berprofesi buruh/ karyawan berjumlah 1160 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rancangan *sampling non probabilitas*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman keagamaan di sini mengandung pengertian bahwa sampai dimana kemampuan seseorang untuk mengenali atau memahami nilai agama yang mengandung nilai-nilai luhurnya serta mempraktekkan nilai-nilai tersebut dalam bersikap dan bertingkah laku. Hal ini akan terlihat dari kemampuan seorang untuk memahami, menghayati, serta mengaplikasikan nilai-nilai luhur agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari. Ia menganut agama karena menurut keyakinannya agama tersebutlah yang terbaik karena itu ia berusaha menjadi penganut yang baik, keyakinan itu ditampilkannya dalam sikap dan tingkah laku keagamaan yang mencerminkan ketaatan terhadap agamanya.

Kondisi seperti ini menurut temuan psikologi agama mempengaruhi sikap keagamaan seseorang, dengan demikian pengaruh tersebut secara umum memberi ciri-ciri tersendiri dalam sikap keagamaan antara tingkah laku keagamaan seseorang dengan pengalaman keagamaan yang dimilikinya itu (<http://Shvoong.com/white/>, diakses tanggal 12 Juli 2012)

Sedangkan hakikat ibadah adalah menumbuhkan kesadaran diri manusia bahwa ia adalah makhluk Allah yang Swt yang diciptakan sebagai insan yang mengabdikan kepada-Nya, hal ini difirmankan Allah dalam surat Az-Zariyyat ayat 56, yang artinya: *dan aku ciptakan jin dan manusia supaya ia menyembahku* (Ensiklopedi Islam, 2002: 143).

Ibadah dilihat dari segi bentuk dan sifatnya ada lima macam, (1) ibadah dalam bentuk lisan atau

ucapan, misal dzikir, berdoa, tahmid dan membaca al-Qur'an. (2) Ibadah dalam bentuk perbuatan yang tidak ditentukan bentuknya, seperti membantu atau menolong orang lain, (3) Ibadah yang telah ditentukan wujud perbuatannya seperti shalat, puasa, zakat dan haji, (4) Ibadah yang tata cara atau pelaksanaannya dengan cara menahan diri seperti, puasa iktikaf ikhram, dan (5) Ibadah yang berupa menggugurkan hak seperti, memaafkan orang yang melakukan kesalahan (Ensiklopedi Islam, 2002: 1430). Sedangkan ibadah dilihat dari jenisnya ada dua yaitu, (1) Ibadah *Khassah* (khusus) atau ibadah *mahdah* yaitu ibadah yang ketentuannya pasti, yakni ibadah yang ketentuan dan pelaksanaannya telah ditetapkan oleh *nash* dan merupakan sari dari ibadah kepada Allah, seperti shalat, puasa, zakat dan haji. (2) Ibadah *ammah* (umum), yakni semua perbuatan yang mendatangkan kebaikan dan dilaksanakan dengan niat yang ikhlas karena Allah, seperti makan, minum, dan bekerja mencari nafkah (Ensiklopedi Islam, 2002: 144).

Istilah etos kerja adalah sebuah kalimat yang terdiri dari dua kata yaitu etos (*ethos*) dan kerja. Menurut Toto Tasmara (1994), etos berasal dari kata Yunani yang berarti sesuatu yang diyakini, cara berbuat, sikap dan persepsi terhadap nilai kerja. Dalam bahasa arab kata kerja dipadankan dengan kata amal, yaitu perbuatan baik atau buruk yang mendatangkan pahala atau yang dilakukan untuk berbuat kebaikan terhadap masyarakat atau sesama manusia. Pendapat yang sama disampaikan Abdul Azis yang mengartikan amal sebagai setiap jerih payah yang dilakukan manusia untuk memperoleh makanan, pakaian dan kebahagiaan hidupnya.

Berdasarkan latar belakang dan teori di atas, maka data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu data tentang pengaruh pemahaman keagamaan (X_1), intensitas ibadah makhdhoh (X_2), dan etos kerja karyawan (Y). Pengumpulan Data diperoleh melalui kuesioner.

Dari hasil perhitungan analisis korelasi antara pengaruh pemahaman keagamaan dan etos kerja

karyawan diperoleh F_{hitung} sebesar 87,327 F tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu 4,414 dan $R^2 = 0,829$ yang berarti bahwa korelasi antara pemahaman keagamaan dan etos kerja karyawan adalah 0,829. nilai konstanta $a = -11,892$ dan koefisien $b = 1,330$ sehingga persamaan regresinya adalah $Y^1 = -11,890 + 1,330 x$.

Selanjutnya guna mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi dari variabel ibadah makhdhoh terhadap etos kerja karyawan terhadap kompetensi profesional karyawan maka dicari koefisien determinasinya. Dari perhitungan, ternyata bahwa koefisien determinasi (R^2) dari pengaruh ibadah makhdhoh (X_1) terhadap etos kerja karyawan (Y) adalah sebesar 0,829 sehingga kontribusi variabel X_1 terhadap Y sebesar 82,9 %. Artinya bahwa 82,9% variasi skor etos kerja karyawan ditentukan oleh pemahaman keagamaan. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan ada pengaruh pemahaman keagamaan terhadap etos kerja karyawan diterima.

Dari hasil perhitungan analisis regresi linear sederhana mengenai hubungan antara intensitas ibadah makhdhoh (X_2) dan etos kerja karyawan (Y) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 12,906 F tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu 4,414, konstanta $a = 5,502$ dan koefisien $b = 0,803$, sehingga persamaan regresinya adalah $Y^1 = 5,502 + 0,803x$. Koefisien determinasi (R^2) dari intensitas ibadah makhdhoh (X_2) terhadap etos kerja karyawan (Y) adalah sebesar 0,418 sehingga kontribusi variabel X_2 terhadap Y sebesar 41,8%. Artinya bahwa 41,8% variasi skor etos kerja karyawan ditentukan oleh intensitas ibadah makhdhoh. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan ada pengaruh intensitas ibadah makhdhoh terhadap etos kerjakaryawan diterima.

Sedangkan dari hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai F sebesar 51,527 dan nilai R^2 adalah 0,858 (85,8%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa pemahaman keagamaan, intensitas ibadah makhdhoh berpengaruh positif terhadap etos kerja karyawan.

Analisisnya adalah bahwa karyawan permealbelan di desa Karanggondang mampu melaksanakan ajaran Islam dengan baik serta bisa bekerja dengan maksimal tanpa merasa terganggu dengan aturan main keagamaan baik syariah maupun aqidahnya. Manfaat dari karyawan yang memahami keagamaan adalah bahwa mereka bisa bekerja memperoleh hasil yang berlimbah sambil beribadah, karena bekerja keras adalah kewajiban setiap muslim di dunia untuk bekal menuju akhirat. Pengaruh positif atau sumbangsih pemahaman keagamaan terhadap etos kerja karyawan sebesar 82,9%, artinya adalah pengaruh pemahaman keagamaan berpengaruh positif terhadap etos kerja karyawan.

Pemahaman keagamaan ternyata berpengaruh positif terhadap etos kerja karyawan, dengan demikian hipotesis yang menyebutkan bahwa intensitas ibadah makhdhoh berpengaruh pada etos kerja karyawan diterima. Analisisnya adalah bahwa karyawan permealbelan di desa Karanggondang yang intensitas ibadah makhdhohnya baik ternyata dalam menyelesaikan pekerjaannya pun baik dibanding karyawan yang intensitas ibadah makhdhohnya rendah, karena bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan keluarga juga termasuk ibadah kategori ibadah *ghairu makhdhoh*.

Pengaruh positif atau sumbangsih intensitas ibadah makhdhoh terhadap etos kerja karyawan hanya sekitar 41,8%, maka pengaruh dari intensitas ibadah makhdhoh terhadap etos kerja karyawan lebih sedikit dibandingkan dengan karyawan yang memahami keagamaan dan melakukan ibadah secara intensif, namun kedua-duanya masih terhitung berpengaruh terhadap etos kerja karyawan.

Ada pengaruh yang signifikan antara pemahaman keagamaan dan intensitas ibadah makhdhoh secara bersamaan terhadap etos kerja karyawan sebanyak 85,8%. Itu artinya bahwa Pengaruh pemahaman keagamaan dan intensitas ibadah makhdhoh ternyata berpengaruh positif terhadap etos kerja karyawan, dengan demikian hipotesis yang menyebutkan bahwa Semakin

tinggi pemahaman keagamaannya maka semakin intensif dalam melakukan ibadah makhdhoh, dan semakin intensif ibadah makhdhoh seseorang maka etos kerjanya semakin baik diterima.

D. SIMPULAN

Dari penelitian yang penulis lakukan terkait dengan pengaruh pemahaman keagamaan dan intensitas ibadah makhdhoh terhadap etos kerja karyawan permealban di desa karanggondang, dapat penulis tarik sebuah kesimpulan yaitu ada pengaruh yang signifikan antara pemahaman keagamaan dan intensitas ibadah makhdhoh secara bersamaan terhadap terhadap etos kerja karyawan. Pengaruh pemahaman keagamaan dan intensitas ibadah makhdhoh ternyata berpengaruh positif terhadap etos kerja karyawan, dengan demikian hipotesis yang menyebutkan bahwa semakin tinggi pemahaman keagamaannya maka semakin intensif dalam melakukan ibadah makhdhoh, dan semakin intensif ibadah makhdhoh seseorang maka etos kerjanya semakin baik diterima.

Keberagamaan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Riduwan. (2008). *Metode dan Tehnik Penyusunan Tesis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sanderson, K. Stephen. (2000). *Makro Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sukadi. (2003). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

_____. (2003). *Antologi Kajian Islam*. Surabaya: Pascasarjana IAIN Sunan Ampel Press.

Tasmara, Toto. (1995). *Etos Kerja Pribadi Muslim*. Jakarta: Dana Bhakti Wakaf.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bank Data Desa Karanggondang tahun 2010.

Faizah. (1996) *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Predana Media.

[http//Shvoong.com/white/](http://Shvoong.com/white/). diakses tanggal 12 Juli 2012

Hajjar, Ibnu. (1999). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Humruri. (2000). *Agama dan Etos Kerja Pedagang (Pengusaha) Rumah Makan Padang*. Yogyakarta: Jurnal Penelitian IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Madjid, Nurcholish. (2002). *Ensiklopedia Islam Untuk Pelajar*. Jakarta: Ichtiar Baru.

R. Strak, C. Y. Glock. (1995). *Dimensi-Dimensi*

KEYWORD INDEX

campaign 56
central java gubernatorial elections 56
child 45
communication 45
courtesy of youtube 79
culture 88
drop-out 45
empowerment 71
film 50, 88
islamic broadcast communications 50
meaning 50
mosque youth 71
pluralism conflict 88
program 79
proselytizing management 71
proselytizing text 50
psychology 45
religion 88
religious understanding 95
semiotics 88
strategy 56
television 79
training 71
work ethic 95
worship 95

KAJIDAH PENULISAN ARTIKEL

PERSYARATAN UMUM PENULISAN ARTIKEL

1. Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia, Inggris atau Arab dengan font Times New Arabic 12, jarak baris 1,5 spasi pada kertas berukuran A4 (kuarto), format satu kolom dan margin *custom setting* (top & 3 cm; right & bottom 2 cm).
2. Panjang artikel ilmiah antara 15 s/d 30 halaman, termasuk tabel, lampiran dan referensi (jika ada).
3. Artikel ilmiah diserahkan dalam bentuk *hardcopy* dan *softcopy*. Artikel ilmiah dikirim ke Sekretariat Jurnal An-Nida, Lantai 2 Gedung Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU), Jl. Taman Siswa No. 9 Tahunan Jepara.
E-mail: jurnal.an.nida@gmail.com

SISTEMATIKA PENULISAN ARTIKEL ILMIAH

a. Judul

Tidak terlalu panjang (5-12 kata untuk judul artikel berbahasa Indonesia dan 5-12 kata untuk judul artikel berbahasa Inggris). Dicitak dengan huruf kapital, Times New Arabic 14 pt.

b. Nama Penulis

Nama penulis ditulis *tanpa* gelar akademik disertai dengan universitas/lembaga asal peneliti, alamat lembaga dan alamat e-mail.

c. Abstrak dan Kata Kunci

Abstrak ditulis dalam 2 (dua) bahasa, yakni: bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Abstrak tidak boleh lebih dari 150 kata dan ditulis dalam 1 paragraf saja. Abstrak berisi latar belakang, tujuan penulisan, metode penelitian, hasil penelitian dan kesimpulan. Keyword terdiri 3-5 kata.

d. Pendahuluan

Bagian ini menjelaskan latar belakang kajian/penelitian (riset), rumusan masalah, pernyataan maksud dan tujuan penelitian.

e. Metodologi Penelitian

Menguraikan metode seleksi dan pengumpulan data, pengukuran dan definisi operasional variabel dan metode analisis data. Panjang bagian metodologi penelitian adalah 10-15 % dari total/jumlah keseluruhan artikel ilmiah. Metodologi penelitian memiliki kriteria sebagai berikut: rancangan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

f. Hasil dan Pembahasan

Menjelaskan analisis data kajian/penelitian (riset) dan deskripsi statistik yang diperlukan. Pembahasan berisi paparan hasil analisis data dan pembahasan analisis.

g. Simpulan

Memuat kesimpulan hasil kajian/penelitian (riset), temuan penelitian yang berupa jawaban atas pertanyaan penelitian dan/atau berupa intisari hasil pembahasan.

h. Implikasi dan Keterbatasan Penelitian

Menjelaskan implikasi temuan dan keterbatasan kajian/penelitian (riset), serta, jika diperlukan,



masukan dan saran yang dikemukakan oleh peneliti untuk kajian/penelitian (riset) pada masa yang akan datang.

i. Daftar Pustaka

Memuat sumber-sumber kajian/penelitian (riset) yang dikutip dalam penulisan artikel ilmiah. Hanya sumber yang diacu yang dimuat di dalam daftar referensial ini.

j. Lampiran

Memuat tabel, gambar dan instrumen kajian/penelitian (riset) yang dipergunakan. Setiap tabel/gambar diberi nomor urut, judul sesuai dengan isi tabel/gambar dan sumber kutipan (jika relevan).

k. Kutipan

Kutipan ditulis menggunakan format *bodynote*, dengan susunan: (nama pengarang, tahun penerbitan dan halaman yang dirujuk).



JURNAL KOMUNIKASI ISLAM



Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Nahdlatul Ulama
UNISNU JEPARA