

BAB II

DAKWAH MULTIKULTURAL

A. Pengertian Dakwah

Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan, ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun secara kelompok supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur-unsur paksaan.¹

Proses dakwah Islamiah akan menghadapi permasalahan-permasalahan, sejalan dengan perkembangan peradaban manusia itu sendiri yang menyangkut politik, ekonomi, sosial, budaya dan ilmu pengetahuan yang selalu berubah. Terkait pula perubahan nilai terhadap cara pandang manusia terhadap perubahan-perubahan yang terjadi.²

Masyarakat yang terdiri dari berbagai latar belakang sosial keagamaan dan budaya yang kompleks terkadang sulit untuk menerima pesan-pesan dakwah. Salah satu penyebabnya karena para da'i sering menganggap objek dakwah sebagai masyarakat yang vakum, Padahal sekarang ini mereka berhadapan dengan seting masyarakat yang memiliki ragam corak keadaan dengan berbagai persoalannya, masyarakat yang ragam nilai serta majemuk dalam tata kehidupan, masyarakat yang sering mengalami perubahan secara cepat, yang mengarah pada masyarakat

¹ Firman Ali, Representasi Al-Qur'an Surah Al-Imran Ayat:104 "Analisis atas Nilai Amar Ma'ruf Nahi Munkar dalam Konten Video Tik Tok (VT) Dakwah Moezza, Jurnal Alif Lam, Vol. 3, No.2, (2023), hal.2

² Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*. Cet. I. (Jakarta: Kencana, 2006), hal.7

fungsional, masyarakat global, dan masyarakat terbuka.³

Sedangkan dakwah menurut Ahmad Ghalwusy adalah menyampaikan pesan Islam kepada manusia di setiap waktu dan tempat dengan berbagai metode dan media yang sesuai dengan situasi dan kondisi para penerima pesan dakwah.⁴

Strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Berkaitan dengan strategi dakwah Islam, maka diperlukan pengenalan yang tepat dan akurat terhadap realitas hidup manusia yang secara aktual berlangsung dalam kehidupan dan mungkin realitas antara masyarakat dengan masyarakat lain berbeda. Disini juru dakwah dituntut memahami situasi dan kondisi masyarakat yang terus mengalami perubahan, baik secara kultural maupun sosial keagamaan.

1. Metode Dakwah

Adapun beberapa Metode yang amat penting dalam berdakwah secara umum dapat dikelompokkan menjadi 3. Diantaranya adalah sebagai berikut:

a) *AI-Hikmah*

Hikmah merupakan peringatan kepada juru dakwah untuk tidak menggunakan satu bentuk metode saja. Sebaliknya, mereka harus menggunakan berbagai macam metode sesuai dengan realitas yang dihadapi dan sikap masyarakat terhadap agama Islam. Sudah jelas bahwa dakwah tidak akan berhasil menjadi suatu wujud yang *riil* jika metode dakwah yang dipakai untuk menghadapi orang bodoh sama dengan yang dipakai untuk menghadapi orang terpelajar. Kemampuan kedua kelompok tersebut dalam

³ Anas, Sudijono. Pengantar Statistik Pendidikan. (Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2006).hal 13

⁴ AS, Enjang dan Aliyudin. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah: Pendekatan Filosofis Dan Praktis*. (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), hal. 3

berpikir dan menangkap dakwah yang disampaikan tidak dapat disamakan, daya pengungkapan dan pemikiran yang dimiliki manusia berbeda-beda.

Hikmah merupakan pokok awal yang harus dimiliki oleh seorang da'i dalam berdakwah. Karena dengan hikmah ini akan lahir kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam menerapkan langkah-langkah dakwah, baik secara metodologis maupun praktis. Oleh karena itu, hikmah yang memiliki multi definisi mengandung arti dan makna yang berbeda tergantung dari sisi mana melihatnya.⁵

b) Al- Mau 'idza Al-Hasanah

Mengandung arti kata-kata yang masuk ke dalam *kalbu*, penuh kasih sayang ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, tidak membongkar atau membeberkan kesalahan orang lain sebab kelemahan lembut dalam menasehati sering kali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan *qalbu* yang liar, ia lebih mudah melahirkan kebaikan dari pada larangan dan ancaman.⁶

c) Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan

Merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat.

⁵ Pimay, Wafiah Awaludin. Paradigma Dakwah Humanis, Strategi dan Metode Dakwah Saefudin Zuhri. Semarang: Rasail.2005. hal 37

⁶ Pimay..., hal 38

Antara satu dengan lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat keduanya berpegang kepada kebenaran, mengakui kebenaran pihak lain dan ikhlas menerima hukuman kebenaran tersebut.⁷

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan atau proses, dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan ini dimaksudkan untuk pemberi arah atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah. Sebab tanpa tujuan yang jelas seluruh aktifitas dakwah akan sia-sia (tiada artinya).

2. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah:

a) Da'i (Pelaku Dakwah)

Kata da'i ini secara umum sering disebut dengan sebutan mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran Islam) namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit karena masyarakat umum cenderung mengartikan bahwa mubaligh sebagai seorang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan seperti penceramah agama, khatib (orang yang berkhotbah), dan sebagainya. Dalam kegiatan dakwah peran dai sangatlah esensial, sebab tanpa dai ajaran Islam hanyalah ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. Biar bagaimanapun baiknya ideologi Islam yang harus disebarakan di masyarakat, ia akan tetap sebagai ide, ia akan tetap sebagai cita-cita yang tidak terwujud jika tidak ada manusia yang menyebarkannya.⁸

Berdasarkan uraian di atas dapat di simpulkan, da'i merupakan ujung tombak dalam menyampaikan ajaran Islam sehingga peran dan fungsinya sangat penting dalam menuntut dan memberi penerangan kepada umat manusia.

b) Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. *Mad'u* (penerima dakwah) terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan *mad'u* sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri misalnya profesi,

⁷ Pimay..., hal 39

⁸ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*. Cet. I. (Jakarta: Kencana, 2006), hal.21

ekonomi dan seterusnya.⁹

c) *Maddah Dakwah* (Materi Dakwah)

Materi dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh dai kepada *mad'u* yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber Al-Qur'an dan Hadis. Ajaran Islam itu sendiri yang dijadikan *maddah* dakwah Islam karena ajaran Islam yang sangat luas. Meliputi akidah, syariat dan akhlaq dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya.¹⁰

Sumber materi komunikasi dakwah yaitu pesan-pesan yang ada dalam materi komunikasi tersebut dari Al-Qur'an dan Hadis. Dengan sendirinya komunikasi Islam (Islami) terikat pada pesan khusus, yakni dakwah, karena Al-Qur'an adalah petunjuk bagi seisi alam dan juga merupakan (memuat) peringatan, peringatan bagi manusia yang beriman dan berbuat baik pesan-pesan dakwah adalah semua pernyataan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah).

Oleh karena itu materi dakwah dalam ilmu tasawuf ini tidak terlepas dari Al-Qur'an dan Hadis, bila tidak bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis maka seluruh materi dakwah akan sia-sia bahkan dilarang oleh ajaran syariat agama Islam. Adapun sumber-sumber materi tersebut adalah sebagai berikut:

1) Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah wahyu dari Allah SWT yang diturunkan melalui malaikat Jibril kepada Nabi Muhammad SAW dan disampaikan atau diajarkan kepada manusia yang juga merupakan pedoman hidup bagi umat manusia diseluruh dunia. Jadi sumber materi komunikasi dakwah yang paling utama adalah Al-Qur'an dan Hadis, karena semua ajaran-ajaran ilmu tasawuf dan aspek kehidupan manusia telah diakui kebenaran dan keabsahanya untuk dilaksanakan, karena merupakan pesan kebenaran berdasarkan firman Allah SWT.

⁹ Aziz, Muhammad Ali. Ilmu Dakwah. cet. ke-2. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.

¹⁰ Aziz..., hal 14

2) Al-Hadis

Al-Hadis adalah segala perkataan (Sabda), perbuatan dan ketetapan dan persetujuan dari Nabi Muhammad SAW yang dijadikan ketetapan ataupun hukum dalam agama Islam. Dalam hal ini hadist merupakan sumber kedua setelah Al-Qur'an, karena isinya mencakup dari isi Al-Qur'an yang masih membutuhkan penjelasan yang lebih konkrit, yang disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW agar umat Islam dapat mudah memahami dan mengamalkannya.¹¹

Pesan dakwah merupakan salah satu unsur yang terdapat dalam aktifitas dakwah yaitu materi yang disampaikan oleh *da'i* dalam kegiatan dakwah kepada *mad'u*.¹² Pesan dakwah merupakan segala sesuatu yang dikomunikasikan oleh *da'i* terhadap *mad'u* dalam proses dakwah. Dalam konteks komunikasi dakwah, istilah lain dari pesan dakwah adalah *message*, *content*, atau informasi.

Pesan dakwah yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* merupakan materi atau pesan-pesan yang berisikan keseluruhan ajaran Islam, yang berasal dari Al-Qur'an dan Al-Hadits.¹³ Selama tidak bertolak belakang dengan AlQur'an dan Al-Hadits, maka pesan tersebut bisa dijadikan sebagai pesan dakwah. Adapun tema dakwah diklasifikasikan ke dalam tiga masalah pokok sebagai berikut:¹⁴

- 1) Pesan akidah, mencakup materi tentang rukun iman yaitu : iman kepada Allah SWT, iman kepada

¹¹ Ansyari, *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), h. 35.

¹² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. IV, Jakarta Rajawali Pers, 2004) 99.

¹³ Fahrurrozi, Faizah, dan Kadri, *Ilmu Dakwah* (Cet. I, Jakarta : Prenadamedia Group, 2019) 91-92.

¹⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2010) 109.

Malaikat-malaikat-Nya, iman kepada Kitabkitab-Nya, iman kepada Nabi dan Rasul-Nya, iman kepada hari akhir, dan iman kepada Qadha' dan Qadhar. Pesan akidah ini nantinya yang akan membentuk moral manusia.

- 2) Pesan syariah, terdiri dari ibadah seperti: thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji; serta *muamalah* yang mencakup hukum perdata dan hukum publik. Syari'ah bertindak sebagai peraturan perihal perilaku manusia.
- 3) Pesan akhlak, yaitu akhlak kepada Allah SWT dan akhlak terhadap makhluk (manusia, hewan, dan tumbuhan). Akhlak merupakan bagaimana kita berhubungan dengan Allah dan makhluk-Nya.

Dari uraian di atas, peneliti simpulkan bahwa pesan dakwah adalah pesan ataupun informasi yang berisikan tentang akidah, syari'ah, dan akhlak, yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadit, yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Pesan dakwah memiliki karakteristik universal, yaitu secara menyeluruh. Mulai dari hal yang terkecil sampai hal yang terbesar yang ada di kehidupan manusia, semuanya diatur dalam ajaran Islam. Kemudahan dalam ajaran Islam pun merupakan salah satu karakter dari pesan dakwah. Dikutip dari 'Abd. Al-Karim Zaidan, terdapat lima karakteristik pesan dakwah, diantaranya :¹⁵

- 1) Berasal dari Allah SWT;
- 2) Mencakup semua bidang kehidupan;
- 3) Umum untuk semua manusia;
- 4) Ada balasan untuk setiap tindakan; dan
- 5) Seimbang antara idealitas dan realitas.

¹⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Pradana Media, 2004) 332.

Pada umumnya pesan dibagi menjadi pesan verbal dan pesan non-verbal. Pesan verbal merupakan pesan yang dikemas melalui penggunaan bahasa baik lisan maupun tulisan. Sedangkan pesan non-verbal adalah pesan yang disampaikan melalui sarana selain kata-kata misalnya simbol, isyarat, bahasa tubuh, mimik, dan ekspresi. Pesan non-verbal juga biasa disebut dengan *silent language*. Terdapat tiga bentuk dari pesan yaitu :¹⁶

- 1) Informatif. Penyampaian pesan yang menerangkan mengenai sesuatu dan kemudian disimpulkan dan diputuskan sendiri oleh penerima pesan.
- 2) Persuasif. Penyampaian pesan yang disengaja (berisikan rayuan) agar sikap, opini, dan tingkah lakunya berubah atas kesadaran si penerima pesan.
- 3) Koersif. penyampaian pesan dengan ancaman ataupun paksaan, sehingga mengakibatkan ketakutan dan tekanan batin pada penerima pesan agar opini, tingkah laku, dan sikapnya berubah dibawah intruksi atau perintah tersebut.

Pesan-pesan dakwah pada hakikatnya hampir meliputi seluruh bidang kehidupan. Supaya pesan dakwah diterima dengan baik, pesan dakwah harus disesuaikan dengan kondisi *mad'u*¹⁷ dan telah dipersiapkan dengan baik sebelumnya.

Selanjutnya, hal-hal yang harus dicermati oleh *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah, di antaranya :¹⁸

¹⁶ A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi : Pengantar Studi* (Jakarta : Bina Aksara, 1988) 61.

¹⁷ Bahrum Subagia, *Fikih Dakwah & Pemikiran Dakwah di Indonesia* (Cet. I, Bogor : Pustaka Melek, 2013) 15.

¹⁸ Dwi Puri Rahayu, "Pendapat M. Quraish Shihab Terhadap Pandemi Covid-19 (Studi Analisis Isi Ceramah Dengan Judul "Benarkah Corona Tentara Allah" di YouTube Channel Narasi", (*Skripsi - Universitas Muhammadiyah Malang*, 2021) 10.

- 1) Pesan dakwah dipersiapkan dengan semenarik mungkin untuk menarik minat *mad'u*.
- 2) Pesan dakwah yang akan disampaikan harus bisa dipahami oleh *mad'u*.
- 3) Pesan dakwah hendaklah bisa membangkitkan keperluan pribadi *mad'u*.

Dakwah tentu tidak dilakukan secara asal-asalan. Dalam berdakwah tentu dibutuhkan teknik tersendiri agar pesan dakwah dapat tersampaikan kepada *mad'u*, karena pesan dakwah bukan hanya sekedar pesan, namun berhubungan erat dengan teknik penyampaian.

Quraish Shihab mengutip metode yang dianjurkan oleh Al-Qur'an dalam menyampaikan pesan dakwah, yaitu¹⁹:

- 1) Menceritakan kisah-kisah atau peristiwa yang sesuai dengan pesan dakwah.
- 2) Menyampaikan nasihat dan suri tauladan Rasulullah SAW untuk memotivasi *mad'u*.
- 3) Melakukan pembiasaan, dalam hal ini *mad'u* “dibiasakan” mulai dari segi akidah, syari'ah, dan akhlak.

Analisis isi juga dapat dikatakan sebagai suatu teknik penelitian terhadap isi atau makna pesan komunikasi berdasarkan data-data yang tersedia untuk dibuat kesimpulannya.²⁰

Analisis isi yang dimaksudkan adalah mendeskripsikan detail dari suatu pesan atau teks tertentu. Metode analisis isi ini tidak ditujukan untuk menguji suatu hipotesis maupun hubungan yang terdapat di antara variabel.

¹⁹ Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an* (Bandung : Mizan, 1998) 196.

²⁰ Zulkarnaen Nasution, *Sosiologi Komunikasi Massa* (Jakarta: Pusat Penelitian Universitas Terbuka, 2001) 32.

Analisis isi ini murni bertujuan untuk mendeskripsikan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.²¹

Studi analisis isi dalam ilmu komunikasi, merupakan metode untuk meneliti dan menganalisis suatu isi komunikasi dalam kurun waktu dan ruang tertentu, dengan maksud untuk mengetahui pesan-pesan yang disampaikan baik secara langsung maupun yang tersembunyi. Penerapan metode analisis isi dapat digunakan jika memenuhi syarat berikut :

- 1) Data yang tersedia sebagian besar terdiri dari bahan-bahan yang terdokumentasi.
- 2) Ada keterangan pelengkap atau kerangka teori tertentu yang menerangkan tentang dan sebagai metode pendekatan terhadap data tersebut.
- 3) Peneliti memiliki kemampuan teknis untuk mengolah bahan-bahan/data yang dikumpulkannya karena sebagian dokumentasi tersebut bersifat sangat khas atau spesifik.

Analisis isi banyak digunakan dalam bidang ilmu komunikasi, karena analisis isi merupakan metode yang efisien dalam melakukan penelitian isi pada media cetak maupun elektronik. Asalkan terdapat dokumen yang tersedia, analisis isi dapat diterapkan. Penggunaan analisis isi terhadap pesan mempunyai beberapa manfaat, di antaranya :

- 1) Mendeskripsikan dan memuat perbandingan terhadap isi media.
- 2) Membuat perbandingan antara isi media dan realitas sosial.

²¹ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2011) 47.

3) Isi media merupakan refleksi dari nilai-nilai sosial dan budaya serta sistem kepercayaan masyarakat.

4) Mengetahui fungsi dan efek media.

d) *Wasilah* Dakwah (Media Dakwah)

Wasilah dakwah (media dakwah), yaitu alat yang dipergunakan menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat. Dakwah dapat menggunakan *wasilah* menjadi beberapa macam, yaitu:

- 1) *Lisan bil-lisan* yaitu dakwah yang dilakukan menggunakan lisan dipergunakan da'i dalam menyampaikan risalah- Nya dengan cara berbicara di depan banyak orang dengan tutur kata yang baik agar mampu mempengaruhi pendengar mengikuti ajaran yang dipeluknya. Contohnya dengan pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluran dan sebagainya.
- 2) Tulisan dakwah *bil-qolam* yaitu dakwah yang dilakukan menggunakan tulisan, cara menyampaikan melalui media cetak atau media elektronik seperti televisi, radio, artikel, brosur, bulletin, contohnya buku, majalah, surat kabar, lukisan, gambar dan sebagainya.
- 3) *Dakwah bil-hal* yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang dilakukan da'i dalam mencerminkan ajaran Islam dapat dijadikan contoh dilihat, serta didengarkan oleh *mad'u*.²² Bisa juga dakwah *bil-hal* merupakan metode pemberdayaan masyarakat yaitu dakwah yang dilakukan mendorong, memotivasi dengan tindakan

²² Saerozi. Ilmu Dakwah. (Yogyakarta: Ombak. 2013). Hal 39

nyata meningkatkan kesejahteraan masyarakat.²³

Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau panglihatan dan keduanya, televisi, film, *slide*, internet dan sebagainya.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa bentuk komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Da'i memiliki perbedaan, ada yang menyampaikan dakwah dengan lisan atau menyampaikan risalah Allah dengan cara berbicara didepan banyak orang dan ada juga yang menyampaikan dengan dakwah melalui tulisan dengan syair-syair Islam.

e) *Thariqah* Dakwah (Metode Dakwah)

Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan, dalam bahasa Arab disebut *thariq*. Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu "*meta*" (melalui) dan "*hodos*" (jalan, cara) dengan demikian metode dapat diartikan cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan.²⁴ Dakwah menurut Syaikh Ali Mahfudz dikutip oleh Wahidin Saputra, dakwah adalah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menuyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Dari pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa, metode dakwah adalah cara yang dilakukan oleh da'i (komunikator) kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.²⁵

²³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana:2004), Hal.359

²⁴ M. Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), Hal.61

²⁵ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet. II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), Hal.243

Dalam hal ini seorang da'i mengandung arti memberikan manfaat atau kemaslahatan kepada orang lain dengan melakukan pendekatan dakwah agar tercapainya suatu tujuan. Metode dakwah merupakan bagian dari strategi dakwah yaitu melakukan perencanaan (*planning*) dakwah untuk mencapai suatu tujuan. Metode dakwah merupakan cara-cara sistematis yang menjelaskan arah strategis dakwah yang telah ditetapkan. Ia bagian dari strategi dakwah. Karena menjadi strategi dakwah yang masih berupa konseptual, metode dakwah bersifat lebih konkret dan praktis. Ia harus dapat dilaksanakan dengan mudah. Arah metode dakwah tidak hanya meningkatkan efektifitas dakwah, melainkan pula bisa menghilangkan hambatan-hambatan dakwah. Dakwah dalam Islam, sering mengalami kesulitan disebabkan metode dakwah yang salah, Islam dianggap sebagai agama yang tidak simpatik, penghambat perkembangan, atau tidak masuk akal. Sesuatu yang biasa namun melalui sentuhan metode yang tepat menjadi sesuatu yang luar biasa. Dakwah memerlukan metode, agar mudah diterima oleh mitra dakwah. Metode yang dipilih harus benar, agar Islam dapat diterima dengan benar.²⁶

Berdasarkan pada makna dan urgensi dakwah, serta kenyataan dakwah yang terjadi di lapangan, maka di dalam Al-Qur'an meletakkan dasar-dasar metode dakwah dalam surat An-Nahl ayat 125:

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah[845] dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.

²⁶ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet. II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), Hal.358

Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Dari ayat tersebut dapat di ambil pemahaman bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan yaitu:

1) Metode Dakwah *Bil-Hal*

Kata “*hikmah*” dalam Al-Qur’an disebutkan sebanyak 20 kali, baik dalam *naikroh* maupun *ma’rifat*. Bentuk masdarnya adalah “hukuman” yang diartikan secara makna aslinya yaitu mencegah. Jika dikaitkan dengan hukum berarti mencegah dari kedzaliman, dan jika dikaitkan dengan dakwah maka berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melaksanakan tugas dakwah.²⁷

Hikmah adalah mengajak manusia menuju jalan Allah dengan bijaksana dengan ucapan yang tepat dan benar. Karunia Allah yang diberikan kepada orang yang mendapat hikmah akan berimbas pada par mad’u nya, sehingga mereka termotivasi untuk mengubah diri dan mengamalkan apa yang disampaikan da’i kepada mad’u. Tidak semua orang mampu meraih hikmah, sebab Allah hanya memberikanya untuk orang yang layak mendapatkannya. Barang siapa mendapatkannya, maka dia memperoleh karunia besar dari Allah.²⁸ Allah berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 269:

Artinya: “Allah menganugerahkan Al

²⁷ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h.8

²⁸ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, ,h.244

Hikmah (kefahaman yang dalam tentang Al Quran dan As Sunnah) kepada siapa yang dikehendakinya. dan Barangsiapa yang dianugerahi hikmah, ia benar-benar telah dianugerahi karunia yang banyak. dan hanya orang-orang yang berakallah yang dapat mengambil pelajaran (dari firman Allah).”

Ayat tersebut mengisyaratkan betapa pentingnya menjadikan hikmah sebagai sifat dan bagian dalam metode dakwah. Ayat tersebut menunjukkan metode dakwah untuk da'i yaitu mengajak manusia ke jalan yang benar dengan arif dan bijaksana mengikuti petunjuk agama dan aqidah yang benar. Atas dasar itu hikmah berjalan pada metode melakukan suatu perbuatan.

2) Metode Dakwah *Mau'idzah Al-Hasanah*

Secara bahasa *mau'idzah hasanah* terdiri dari dua kata yaitu *mau'idzah* dan *hasanah*. Kata *mau'idzah* berasal dari bahasa Arab yaitu *wa'adza-ya'idzu-wa'dzan* yang berarti nasehat, bimbingan, pendidikan, dan peringatan, sementara *hasanah* merupakan kebalikan *sayyi'ah* yang artinya kebalikan kejelakan.²⁹

Adapun terminologi menurut Abd. Hamid al-Bilali *al-Mau'idzah al-Hasanah* merupakan salah satu metode dalam dakwah untuk mengajak ke jalan Allah dengan memberikan nasihat atau bimbingan dengan lemah lembut agar mereka mau

²⁹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet. II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), Hal.25

berbuat baik.³⁰

Menurut pendapat Iman Abdullah bin Ahmad an-Nasafi, kata tersebut mengandung arti *Al-Mauidzul hasanah* yaitu perkataan yang memberikan nasihat dan menghendaki manfaat kepada mereka atau dengan Al-Qur'an.³¹

Jadi kesimpulan dari *mau'idzatul hasanah* mengandung arti kata-kata yang masuk kedalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan penuh kelembutan, dalam menasehati dapat meluluhkan hati yang keras dan melahirkan kebaikan daripada larangan dan ancaman.

3) Metode Dakwah *Mujadalah Bi-al-Lathi Ahsan*

Dari segi etimologi (Bahasa) lafadz *mujadalah* terambil dari kata "*jadala*" yang bermakna memintal, melilit. Apabila ditambahkan Alif pada huruf jim yang mengikuti *wazan faa ala*, "*jaa dala*" dapat bermakna berdebat, dan "*mujaadalah*" perdebatan.³²

Dari segi istilah (terminologi) pengertian *al-Mujadalah (al-Hiwar)* berarti upaya tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa adanya suasana yang mengharuskan lahirnya permusuhan di antara keduanya.³³

Sedangkan menurut tafsir An-Nasfi dikutip oleh Wahidin Saputra, kata yang mengandung arti berbantahan dengan baik yaitu dengan jalan yang sebaik-baiknya dalam bermujadalah, antara lain

³⁰ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), Hal.16

³¹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet. II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), Hal.253

³² M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), Hal.17

³³ M. Munir, *Ibid . . .*, Hal.18

dengan perkataan yang lunak, lemah lembut, tidak dengan ucapan yang kasar atau dengan mempergunakan sesuatu perkataan yang bisa menyadarkan hati, membangun jiwa, dan menerangi akal pikiran, ini merupakan penolakan bagi orang yang enggan melakukan perdebatan dalam agama.³⁴

Dari pengertian di atas dapatlah diambil kesimpulan bahwa, *al- mujadalah* merupakan metode tukar pendapat atau tanya jawab dengan perkataan yang baik dilakukan oleh dua pihak atau lebih secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan antar satu dengan yang lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat keduanya mencari kebenaran atau titik temu permasalahan.

Metode adalah cara yang sistematis dan teratur untuk pelaksanaan suatu atau cara kerja. Metode dakwah adalah cara yang dipergunakan oleh seorang dai untuk menyampaikan materi dakwah yaitu Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam ilmu komunikasi, metode dakwah ini lebih dikenal sebagai *approach*, yaitu cara-cara yang dilakukan oleh seseorang dai atau komunikator untuk mencapai suatu tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang. Hal tersebut didasari karena Islam sebagai agama keselamatan yang menebarkan rasa damai menempatkan

³⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet. II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), Hal.254

manusia pada prioritas utama, yaitu penghargaan manusia setinggi-tingginya berdasarkan nilai ketakwaan.³⁵

f) *Atsar* Dakwah (Efek Dakwah).

Atsar (efek) sering disebut dengan *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis *atsar* dakwah secara cermat dan tepat maka kesalahan strategi dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya, demikian juga strategi dakwah termasuk dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan.³⁶

Efek dalam Ilmu komunikasi biasa disebut dengan *feed back* (umpan balik). Dalam bahasa sederhananya adalah reaksi dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah. Menurut Jalaluddin Rahmat dikutip oleh Wahyu Ilahi efek dapat terjadi pada tataran yaitu:

1) Efek Kognitif

Efek kognitif yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan diresepsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.

³⁵ Saerozi..., Hal 27

³⁶ Saerozi..., Hal 43

2) Efek Efektif

Efek afektif yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yaitu meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.

3) Efek Behavioral

Efek behavioral yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berprilaku.³⁷

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah memiliki efek yang sangat mempengaruhi dalam kehidupan manusia yakni dapat merubah seseorang menjadi pribadi yang lebih baik lagi

Seluruh komponen dakwah yang terkait dengan tujuan dakwah diupayakan untuk kemajuan pada tiga aspek perubahan *mad'u*, yakni perubahan pada aspek pengetahuannya (*knowledge*), aspek sikapnya (*attitude*), dan aspek perilakunya (*behavioral*), menuju kesejahteraan di dunia dan akhirat.³⁸

3. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu:

- a) Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiannya kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan manfaat berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja,

³⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), Hal. 13

³⁸ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet. II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), Hal.262

belum samapai pada tindakan.

- b) Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya. Strategi dakwah dibagi menjadi tiga bentuk,³⁹ yaitu:

1) Strategi Sentimentil (*al-manhaj al-‘athifi*).

Strategi Sentimentil (*al-manhaj al-‘athifi*) adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan batin dan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberi pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini. Strategi Sentimentil diterapkan oleh Nabi SAW. Saat menghadapi kaum *musyrik* Makkah. Tidak sedikit ayat *Makkiyah* (ayat yang diturunkan ketika Nabi di Makkah atau sebelum Nabi SAW hijrah ke Madinah) yang menekankan aspek kemanusiaan (humanisme), semacam kebersamaan, perhatian kepada fakir miskin, kasih sayang kepada anak yatim, dan sebagainya.⁴⁰

2) Strategi Rasional (*al-manhaj al-‘aqli*).

Strategi Rasional (*al-manhaj al-‘aqli*) adalah dakwah dengan berbagai metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berfikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Nabi Muhammad SAW. Menggunakan strategi ini untuk menghadapi argumentasi para pemuda Yahudi. Mereka

³⁹ (Al-Bayanuni, Strategi Dakwah, Penanaman Nilai Islam; Mualaf, Siswa, Sekolah Cendekia BAZNAS (SCB). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/67570>

⁴⁰ Aziz, Muhammad Ali. Ilmu Dakwah. cet. ke-2. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.) Hal.351-352

terkenal dengan kecerdikannya. Saat ini, kita menghadapi orang-orang terpelajar yang rasionalis. Mereka mengklaim memiliki Nabi baru, penjelmaan Tuhan, mengetahui kepastian hari kiamat dan sebagainya. Kepada mereka, strategi rasional adalah strategi yang tepat.⁴¹

3) Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*).

Strategi Indriawi (*al-manhaj al-hissi*) juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Dahulu Nabi SAW mempraktikkan Islam sebagai perwujudan strategi indriawi yang disaksikan oleh para sahabat. Para sahabat yang menyaksikan mukjizat Nabi SAW. Secara langsung, seperti terbelahnya rembulan, bahkan menyaksikan Malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Sekarang kita menggunakan Al-Qur'an untuk memperkuat atau menolak hasil penelitian ilmiah.⁴²

4. Tujuan dakwah merupakan salah satu faktor yang paling penting dan sentral dalam proses dakwah. Pada tujuan itulah di landaskan segenap tindakan dalam rangka usaha kerja dakwah, demikian pula tujuan menjadi dasar bagi penentuan sasaran dan strategi atau kebijakan serta langkah-langkah operasional dakwah. Karena itu, tujuan merupakan pedoman yang harus diperhatikan dalam proses penyelenggaraan dakwah. Membagi tujuan dakwah menjadi dua, yaitu:

- a) Tujuan utama dakwah, yaitu terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup didunia dan di akhirat yang diridai Allah.

⁴¹ Aziz..., Hal 352-353

⁴² Aziz..., Hal 353-354

b) Tujuan departemental dakwah, merupakan tujuan perantara.

Tujuan departemental berintikan nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridai Allah.⁴³

Tujuan dakwah Islam, dengan mengacu pada Al- Qur'an sebagai kitab dakwah, yaitu :

- 1) Dakwah merupakan upaya mengeluarkan manusia dari kegelapan hidup (*zhulumat*) menuju kehidupan yang terang (*Nur*) (Q.s. Al Baqarah: 527).
- 2) Menegakkan kelupaan hidup dari Allah dalam kehidupan mahluk Allah (Q. S. Al Baqarah: 138)
- 3) Menegakkan fitrah insaniah (Q.S. Ar Rum: 30)
- 4) Memproposisikan tugas ibadah manusia sebagai hamba Allah (Q.S. Al Baqarah: 21 dan 56)
- 5) Mengestafetkan tugas kenabian dan kerasulan (Q.S. Al Hasyr: 7)
- 6) Menegakkan aktualisasi pemeliharaan takwa, jiwa, akal, generasi, dan sasaran hidup (Q.S. As Syamsi: 8-10).

Berbagai tujuan dakwah sebagaimana tersebut di atas haruslah tetap menjadi perhatian bagi dai atau juru dakwah sehingga proses dakwah yang diupayakan tidak mengalami deviasi atau kemelencengan tetap pada jalur dakwah dan mendapatkan rida Allah, bahagia dunia dan akhirat.⁴⁴

B. Pengertian Multikultural

Multikultural berasal dari dua kata : multi (banyak/beragam) dan cultural (budaya/ kebudayaan), yang secara etimologi berarti keberagaman budaya. Budaya yang mesti dipahami adalah bukan budaya dalam arti sempit, melainkan mesti dipahami sebagai semua

⁴³ Aziz, Muhammad Ali. Ilmu Dakwah. cet. ke-2. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.) Hal.349

⁴⁴ Saerozi. Ilmu Dakwah. Yogyakarta: Ombak. 2013. Hal.26-28

dialektika manusia terhadap kehidupannya.⁴⁵

Multikulturalisme adalah paradigma yang menganggap adanya kesetaraan antar ekspresi budaya yang plural. Multikulturalisme mengusung kesadaran sosial bahwa di dalam ranah kehidupan masyarakat terdapat keragaman budaya.⁴⁶ Kesadaran tersebut berdimensi etis yang menuntut tanggungjawab yang terarah pada ortopraksis (tindakan baik dan benar), yang selanjutnya terwujud ke dalam berbagai bentuk penghargaan, penghormatan, perhatian, kasih sayang, cinta, dan pengakuan akan eksistensi terhadap sesama.

Pengertian multikulturalisme yang diberikan para ahli sangat beragam. Multikulturalisme pada dasarnya merupakan pandangan dunia (*worldview*), yang selanjutnya diterjemahkan ke dalam berbagai kebijakan kebudayaan, yang menekankan penerimaan terhadap adanya realitas keragaman, pluralitas, dan multikultural yang terdapat dalam kehidupan masyarakat.⁴⁷ Multikulturalisme dapat juga dipahami sebagai pandangan dunia (*worldview*) yang kemudian diwujudkan dalam “*politics of recognition*”.⁴⁸ Karena pengertian multikulturalisme sangat beragam, maka konsep dan prakteknya cenderung berkembang, maka Bikhu Parekh, membedakan multikulturalisme ke dalam lima macam, yaitu:⁴⁹

1. Multikulturalisme Isolasionis, mengacu kepada kehidupan masyarakat di mana berbagai kelompok kultural yang menjalankan kehidupannya secara otonom dan terlibat adalah masyarakat yang ada pada sistem “*millet*” di Turki Usmani atau

⁴⁵ Maksum. Pintar Agama Islam untuk Pelajar. 2011, Hal 143

⁴⁶ Parsudi Suparlan, *Menuju Masyarakat Indonesia Yang Multikultural*, (Jakarta: Gramedia, 2002), Hal.13

⁴⁷ Thomas La Belle & Christopher Ward, *Multiculturalism And Education*, (Albany: SUNY Press, 1994), Hal.53.

⁴⁸ Charles Taylor, *Multiculturalism: Examining The Politics of Recognition*, (Princeton: Princeton University Press, 1994), Hal. 35.

masyarakat Amish di Amerika Serikat. Kelompok ini menerima keragaman, tetapi pada saat yang sama berusaha mempertahankan budaya mereka secara terpisah dari masyarakat lain umumnya.

2. Multikulturalisme Akomodatif. Dalam masyarakat yang plural, mereka yang memiliki kultur dominan membuat penyesuaian-penyesuaian dan akomodasi-akomodasi tertentu bagi kebutuhan kultural kaum minoritas. Masyarakat multikultural akomodatif merumuskan dan menerapkan undang-undang, hukum dan ketentuan-ketentuan yang sensitif secara kultural, dan memberikan kebebasan kepada kaum minoritas untuk mempertahankan dan mengembangkan kebudayaan mereka, sebaliknya kaum minoritas tidak menantang kultur dominan. Multikulturalisme akomodatif ini dapat ditemukan di Inggris, Prancis, dan beberapa negara Eropa lain.
3. Multikulturalisme Otonomis, yakni masyarakat plural di mana kelompok-kelompok kultural utama berusaha mewujudkan kesetaraan (*equality*) dengan budaya dominan dan menginginkan kehidupan otonom dalam kerangka politik yang secara kolektif bisa diterima. Perhatian pokok kelompok-kelompok kultural ini adalah untuk mempertahankan cara hidup mereka, yang memiliki hak yang sama dengan kelompok dominan, mereka menantang kelompok kultural dominan dan berusaha menciptakan suatu masyarakat di mana semua kelompok bisa eksis sebagai mitra sejajar. Jenis multikulturalisme didukung misalnya oleh kelompok *Quebecois* di Canada, dan kelompok-kelompok Muslim imigran di Eropa, yang menuntut untuk bisa menerapkan syari'ah, mendidik anak-anak mereka pada sekolah Islam, dan sebagainya.

4. Multikulturalisme kritikal atau interaktif, yakni masyarakat plural di mana kelompok-kelompok kultural tidak terlalu *concern* dengan kehidupan kultural otonom, tetapi lebih menuntut penciptaan kultur kolektif yang mencerminkan dan menegaskan perspektif-perspektif distingtif mereka. Kelompok budaya dominan tentu saja cenderung menolak tuntutan ini, dan bahkan berusaha secara paksa untuk menerapkan budaya dominan mereka dengan mengorbankan budaya kelompok-kelompok minoritas. Karena itulah kelompok-kelompok minoritas menentang kelompok kultur dominan, baik secara intelektual maupun politis, dengan tujuan menciptakan iklim yang kondusif bagi penciptaan secara bersama-sama sebuah kultur kolektif baru yang egaliter secara *genuine*. Jenis multikulturalisme seperti ini, sebagai contoh, diperjuangkan masyarakat kulit Hitam di Amerika Serikat, Inggris dan lain-lain.

5. Multikulturalisme kosmopolitan, yang berusaha menghapuskan batas-batas kultural sama sekali untuk menciptakan sebuah masyarakat di mana setiap individu tidak lagi terikat dan *committed* kepada budaya tertentu dan, sebaliknya, secara bebas terlibat dalam eksperimen-eksperimen interkultural dan sekaligus mengembangkan kehidupan kultural masing-masing.

Para pendukung multikulturalisme jenis ini sebagian besar adalah intelektual diasporik dan kelompok-kelompok liberal yang memiliki kecenderungan postmodernis, memandang seluruh budaya sebagai *resources* yang dapat mereka pilih dan ambil secara bebas.

Secara sederhana, penanaman pemahaman tentang multikultural dapat dimaknai sebagai proses untuk menumbuhkan kemampuan cara hidup menghormati, tulus, dan toleran terhadap keragaman budaya yang hidup di tengah-tengah masyarakat

plural.⁵⁰ Dengan adanya pengertian dan pemahaman tentang multikultural, diharapkan adanya fleksibilitas dan kelenturan mental bangsa menghadapi benturan konflik sosial, sehingga persatuan bangsa tidak mudah patah dan tercabik. Dakwah Multikultural adalah aktifitas menyeru kepada jalan Allah melalui usaha-usaha mengetahui karakterbudaya suatu masyarakat sebagai kunci utama untuk memberikan pemahaman dan mengembangkan dakwah.⁵¹

Masyarakat yang terdiri dari berbagai latar belakang sosial keagamaan dan budaya yang kompleks terkadang sulit untuk menerima pesan-pesan dakwah. Salah satu penyebabnya karena para da'i sering menganggap objek dakwah sebagai masyarakat yang vakum, Padahal sekarang ini mereka berhadapan dengan *setting* masyarakat yang memiliki ragam corak keadaan dengan berbagai persoalannya, masyarakat yang ragam nilai serta majemuk dalam tata kehidupan, masyarakat yang sering mengalami perubahan secara cepat, yang mengarah pada masyarakat fungsional, masyarakat global, dan masyarakat terbuka.⁵²

Termasuk menghormati budaya agama lain adalah tidak memaksa non muslim untuk mengikuti kebudayaan Islam. Dalam bingkai kebangsaan dan kenegaraan di Indonesia ini, terdapat beberapa agama yang diakui secara resmi oleh Negara. Semua pemeluk agama tersebut berhak untuk menjalankan ritualitas budaya agamanya secara bebas dan terhormat. Demikian juga, seluruh pemeluk agama diharuskan menghormati budaya agama yang lain, sehingga bisa terwujud kehidupan yang harmonis, indah dan penuh pengertian.

Sejalan dengan pemahaman di atas, ada beberapa hal positif

⁵⁰ Lindra Darnela, *Pembelajaran Multikultural: Belajar dari Pengalaman*. (Jakarta : Jembatan, 2006), Hal.59

⁵¹ Acep, Aripudin. *Dakwah Antar Budaya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2012.) Hal 19

⁵² Anas, Sudijono. *Pengantar Statistik Pendidikan*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2006.) Hal 13

yang terkait dengan tuntunan normatif yang diberikan Islam terhadap perbedaan kultural, yaitu:

1. Menyikapi perbedaan (multikultural) dengan pikiran terbuka, untuk mengenal dan dikenal (*lita'arafuu*), mengembangkan proses interaksi interpersonal dan sosial bil hikmah. Taqwa menjadi modal pokok ketika berinteraksi dalam masyarakat.
2. Taqwa menjadi modal pokok ketika berinteraksi dalam masyarakat multikultural, yaitu taqwa pada pengertiannya yang dasar yaitu “*waqaa*” atau menjaga diri. Melakukan dua petunjuk diatas secara teliti, dalam perspektif.

Dalam kaitannya dengan multikultural bagi bangsa Indonesia, adanya keberagaman budaya merupakan kenyataan sosial yang sudah niscaya. Meski demikian, hal itu tidak secara otomatis diiringi penerimaan yang positif pula. Bahkan, banyak fakta justru menunjukkan fenomena yang sebaliknya : keragaman budaya telah memberi sumbangan terbesar bagi munculnya ketegangan dan konflik. Untuk itu diperlukan upaya untuk menumbuh kembangkan kesadaran multikulturalisme agar potensi positif yang terkandung dalam keragaman tersebut dapat teraktualisasi secara benar dan tepat.⁵³

1. Prinsip-prinsip dakwah multikultural adalah acuan prediktif yang menjadi dasar berpikir dan bertindak menrealisasikan bidang dakwah yang mempertimbangkan aspek budaya dan keragamannya ketika berinteraksi dengan mad'u dalam rentangan ruang dan waktu sesuai perkembangan masyarakat. Prinsip-prinsip dakwah multikultural meliputi, antara lain sebagai berikut:⁵⁴

- 1) Prinsip Tauhid.

Prinsip tauhid, yakni keharusan mengajak, bukan

⁵³ Choirul Mahfud, *Pendidikan Multikultural*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar 2006. Hal 78-79

⁵⁴ Acep, Aripudin. *Dakwah Antar Budaya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2012.) Hal 73

mengejek, kepada jalan Allah Swt.

2) Prinsip *Bi Al-Hikmah* (Kearifan).

Hikmah dalam pengertian praktik dakwah sering kali diterjemahkan dengan arti bijaksana yang dapat ditafsirkan secara bijaksana yang dapat ditafsirkan sebagai cara pendekatan yang mngacu pada kearifan budaya sehingga orang lain tidak merasa tersinggung ataumerasaterpaksa untuk menerima suatu gagasan atau ide tertentu menyakut perubahan diri dan masyarakat kearah yang lebih baik dan sejahtera material (lahir) maupun spiritual (batin).

3) Prinsip *Bi Al-Mau'idzah Al-Hasanah* (Tutur Kata Baik), ajaran secara baik atau nasihat yang baik bagi *mad'u* yang awam.

Al-Mau'idzah Al-Hasanah merupakan cara berdakwah yang disenangi, mendekatakan manusia pada-Nya dan tidak menyesatkan mereka, memudahkan dan tidak menyulitkan. Alhasil, *al-mau'idazah al-hasanah* adalah perkataan yang masuk dalam kalbu dengan penuh kasih sayang sehingga perasaan jadi lembut. Tidak berupa larangan terhadap sesuatu yang tidak harus dilarang dan tidak menjelek-jelekan atau membongkar kesalahan.

4) Prinsip *Wajaadilhum Billati Hiya Ahsan* (berdebat dengan cara yang paling indah atau tempat dan akurat).

Prinsip *wajaadilhum billati hiya ahsan* yakni prinsip pencarian kebenaran yang mengedepankan kekuatan argumentasi logis bukan kemenangan emosi yang membawa bias, terutama yang menyangkut materi dan keyakinan seseorang, idola dalam hidup dan tokoh

panutan.

5) Prinsip Universalitas. Islam adalah ajaran Tauhid.

Kalimat tauhid *lailaaha illallah* (tiada Tuhan selain Allah) adalah landasan universalisme Islam. Tiada ada sesuatu kecenderungan kecuali hanya kecenderungan benar kepada-Nya. Semua selain-Nya adalah palsu, makhluk dan lainnya sama dihadapan Allah yang sebenarnya. Penjelasan lebih lanjut adalah bahwa Islam merupakan rahmat bagi sekalian alam (rahmatan li'alam). Tak hanya umat Islam, tetapi untuk manusia, bahkan tumbuhan, binatang, tanah, dan seluruh isinya.

6) Prinsip *Liberation* (pembebasan).

Pembebasan disini memiliki dua arti, *pertama*, bagi da'i yang melaksanakan tugas dakwah harus bebas dari segala ancaman teror yang ancaman teror yang mengancam keselamatannya, terbebas dari segala kekurangan materi untuk menghindari fitnah yang merusak citra da'i dan harus benar-benar yakin bahwa kebenaran ini hasil penilaian sendiri. *Kedua*, kebebasan terhadap *mad'u* tidak bersifat memaksa apalagi tindakan intimidasi dan teror. Yang diharapkan dari *mad'u* adalah persetujuan bukan paksaan.

7) Prinsip Rasionalitas.

Posisi *da'i* dalam perannya menghadapi *mad'u* yang rasional ini adalah mengimbangnya dengan pendekatan-pendekatan yang rasional yang baik dalam pemahaman nilai agama mampu praktik keagamaan.

Prinsip *Yatlu'alaihim Ayatihi* (membacakan). Prinsip *Yatlu'alaihim Ayatihi* (membacakan), adalah suatu prinsip penahapan dalam dakwah. Pengungkapan melalui ketajaman sensualitas indra lisan masih sangat

diperlukan, bahkan masih menjadi prinsip utama hingga dewasa ini.

- 8) Prinsip *Wa Yuzkihim Wa Yu'allmuhum Al-Kitab Wa Al-Hikmah* (pencucian jiwa dengan pengajaran al-kitab dan Hikmah).

Prinsip *wa yuzkihim wa yu'allmuhum al-kitab wa al-hikmah* adalah prinsip pencucian dari anasir-anasir jahiliyah dan kebodohan. Hal ini merupakan prioritas dalam aktivitas dakwah dan mengisinya dengan ilmu yang berlandaskan keimanan adalah adalah solusi yang paling tepat dan strategi.

- 9) Prinsip menegakkan etika atas dasar kearifan budaya.

Prinsip menegakkan etika atas dasar kearifan budaya yang mengacu pada pemikiran teologi Qurani, yaitu prinsip moral dan etika yang diturunkan dari isyarat Al-Qur'an dan As-Sunnah tentang nilai baik buruk dan kharusan perilaku ketika melaksanakan dakwah Islam termasuk didalamnya bidang dakwah antarbudaya.⁵⁵ Strategi dakwah multikultural berarti perencanaan dan penyerahan kegiatan dan operasi dakwah Islam yang dibuat secara rasional untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan. Strategi dakwah antarbudaya dibagi menjadi beberapa bagian diantaranya adalah:

- 10) Proses Terbentuknya Budaya Islam

Strategi dakwah antarbudaya, bagaimanapun tujuannya adalah transformasi nilai-nilai Islam terhadap *mad'u* yang beraneka ragam budaya agar sesuai agama Islam. Sumber budaya multikultural adalah Al-Qur'an.

⁵⁵ Acep, Aripudin. 2012. *Dakwah Antar Budaya*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2012. Hal 44-52

Al-Qur'an sebagai kitab suci adalah kitab yang lebih mmntingkan amal (amal saleh). Tahapan-tahapan juga dapat dijadikan pijakan dan analisis dalam berdakwah. Bagaimana contoh Nabi Muhammad berperan dalam dakwah di Makah, selain tuntutan wahyu dari Allah, tahapan-tahapan pun dilakukan Nabi.

11) Strategi Kebudayaan Dakwah Islam

Fokus kajian strategi kebudayaan dakwah Islam, pada hakikatnya memandang dakwah antarbudaya sebagai proses berpikir dan bertindak secara dialektis dengan segala unsur-unsur dakwah dan budaya yang melingkupinya, demi tujuan dakwah menciptakan sebuah masyarakat Islam. Jadi, starategi dakwah Islam maupun dakwah antarbudaya, dipahami sebagai sebuah upaya aktif untuk menyatukan ide pikiran dan gerakan-gerakan dakwah dengan mempertimbangkan keberagaman sosial budaya yang melekat pada masyarakat.

12) Proses Dakwah Multikultural

Dakwah multikultural akan berperan menjadi seleksi dan solusi. Oleh karenanya dakwah multikultural menjadi kajian menarik dan menantang dalam bangunan Islam dan gerakan dakwah Islam.⁵⁶

Kecenderungan dasar masyarakat terhadap kehidupan yang rentan terhadap konflik antar masyarakat. Kondisi demikian dalam dakwah merupakan bagian dari situasi dan kondisi *mad'u*, yaitu masyarakat yang mudah terkena konflik internal dan eksternal. Pertikaian antarumat Islam tidak akan terselesaikan. Karena secara teoritik, solusi probelematik dakwah pada masyarakat

⁵⁶ Acep, Aripudin. Dakwah Antar Budaya, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2012. Hal 115-122.

rentan konflik itu dapat ditempuh melalui pendekatan dakwah antarbudaya, yaitu proses dakwah yang mempertimbangkan keragaman budaya antara *da'i* dan *mad'u*, dan keragaman penyebab terjadinya gangguan interaksi pada tingkat intra dan antarbudaya agar peran dakwah dapat tersampaikan dengan tetap terpeliharanya situasi damai.⁵⁷

- 13) Prinsip dakwah multikultural adalah acuan prediktif yang menjadi dasar berpikir dalam bertindak merealisasikan bidang dakwah yang mempertimbangkan aspek budaya dan keragamannya ketika berinteraksi dengan *mad'u* dalam rentangan ruang dan waktu sesuai perkembangan masyarakat. Jadi, yang dimaksud dengan Dakwah Multikultural adalah aktifitas menyeru kepada jalan Allah melalui usaha-usaha mengetahui karakter budaya suatu masyarakat sebagai kunci utama untuk memberikan pemahaman dan mengembangkan dakwah.⁵⁸

C. Komunikasi Dakwah

1. Pengertian Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal ataupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.⁵⁹

Komunikasi dakwah dapat juga diartikan sebagai upaya

⁵⁷ Aripudin..., Hal 22

⁵⁸ Aripudin..., Hal 19

⁵⁹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), Hal. 26

komunikator (orang yang menyampaikan pesan seperti Ustadz, Ulama“, Kyai, Buya, atau Mubaligh) dalam mengkomunikasikan/menyampaikan pesan-pesan Al-Qu’an dan Hadis kepada umat (khalayak) agar umat dapat mengetahui, memahami, menghayati, dan mengamalkan dalam kehidupan sehari-hari serta menjadikan Al-Qur’an dan Hadis sebagai pedoman dan pandangan hidupnya.

Secara umum, komunikasi dakwah adalah suatu penyampaian pesan dakwah yang secara sengaja dilakukan oleh komunikator (Da’i) kepada komunikan (Mad’u) dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu.⁶⁰ Komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai “proses penyampaian dan informasi Islam untuk memengaruhi komunikan (objek dakwah Mad’u), agar mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan dan membela kebenaran ajaran Islam.

Komunikasi dakwah dapat juga didefinisikan sebagai komunikasi yang melibatkan pesan-pesan dakwah dan aktor-aktor dakwah, atau berkaitan dengan ajaran Islam dan pengamalannya dalam berbagai aspek kehidupan. Adapun yang dimaksud komunikasi dakwah disini adalah tipe atau bentuk gambaran, dalam menyampaikan nilai-nilai ajaran tasawuf pada proses komunikasi yang bertujuan memiliki spiritual yang tinggi agar dalam beribadah mampu mengamalkan dan menjalankan nya di kehidupan sehari-hari sesuai dengan anjuran Al-Qur’an dan Hadis.⁶¹

2. Unsur-unsur Komunikasi Dakwah

a. Sumber

Sumber adalah pengirim informasi. Sumber dalam komunikasi bisa terdiri dari satu orang, tetapi juga bisa

⁶⁰ Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), Hal. 26.

⁶¹ Acep, Aripudin. *Dakwah Antar Budaya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2012.) Hal 27

dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim atau komunikator.⁶²

b. Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, dan nasihat.

c. Media

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dapat dibedakan dua macam, yakni media cetak dan elektronik. Media cetak yaitu surat kabar, majalah, dan lain-lain. Sementara itu, media elektronik antara lain: radio, film, televisi dan lain-lain.⁶³

d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima suatu elemen terpenting dalam proses komunikasi jika pesan tidak diterima maka akan menimbulkan masalah. Penerima biasa disebut dengan sasaran atau komunikan.

e. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.⁶⁴

⁶² Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), Hal. 41

⁶³ Ibid,...., Hal. 43

⁶⁴ Ibid,...., Hal 44

f. Tanggapan Balik (Respon)

Tanggapan balik adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasa dari penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ketujuan. Hal-hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.⁶⁵

D. Komunikasi Multikultural

Partisipan komunikasi menyampaikan pesan dengan menggunakan simbol atau lambang-lambang. Simbol atau lambang-lambang tersebut dibentuk berdasarkan kesepakatan Bersama. Pesan, secara sederhana diartikan sebagai isi (*content aspect*) pikiran, gagasan yang dikirim dari sumber informasi kepada penerima (*relational aspect*) untuk suatu tujuan mempengaruhi pikiran dan gagasan orang lain. Pesan, diwujudkan dalam bentuk lambing, berupa kata-kata, gambar dan tulisan (pesan verbal), dan perilaku nonverbal. Komunikasi disebut sistem simbolis karena penggunaan simbol-simbol yang terorganisasi dan disepakati secara umum sebagai wahana pertukaran gagasan. Proses komunikasi berada dalam simbolis, oleh karena itu komunikasi disebut juga sebagai interaksi simbolis.

Sedangkan simbol-simbol yang membangun pesan disebut juga Bahasa, ia merupakan proses dan hasil belajar masyarakat. De Saussure mendefinisikan bahwa sebagai simbol-simbol komunikasi dengan sebutan tanda. Tanda merupakan representasi abstrak, yang berubah-ubah dan bersifat *arbitrer* (bebas, sembarang, manasuka, bukan merupakan suatu kesepakatan ilmiah). Tanda juga didefinisikan sebagai sesuatu yang ambigu, yang mempunyai makna

⁶⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta:Raja GrafindoPersada,2008) ,Hal.26

sesuai dengan latar budaya di mana tanda itu dilahirkan.⁶⁶

Bahasa sebagai alat utama berkomunikasi, digunakan orang untuk mengungkapkan pikiran, gagasan, pengalaman-pengalaman, tujuan dan ungkapan perhatian sehingga sebuah komunitas dapat terbangun secara alami. Semua yang ada di alam semesta, seperti objek-objek, peristiwa, pengalaman, hasil pemikiran, perasaan, diberi suatu label atau nama-nama tertentu, yang semata-mata setiap komunitas membutuhkan penandaan. Bahasa mampu untuk menyalurkan kepercayaan, nilai dan norma, ide-ide dan pesan-pesan. Bahasa pada akhirnya berfungsi sebagai suatu mekanisme untuk berkomunikasi dan sekaligus sebagai pedoman atau metode untuk melihat realitas sosial. Bahasa dalam Sejarah bangsa Indonesia dianggap sebagai salah satu alat pemersatu bangsa. Benedict R.O'G Anderson, menempatkan Bahasa sebagai kuasa kata yang digunakan oleh para politisi sebagai *entreprise* untuk membangun kekuasaan. Michel Foucault, menyatakan bahwa Bahasa merupakan manifestasi pemikiran sebagaimana pikiran mewakili dirinya sendiri.⁶⁷

Kebudayaan adalah suatu system simbolis yang mempunyai makna. Seperti dijelaskan di awal, banyak persamaan dalam symbol-symbol yang digunakan dalam interaksi simbolis. Mengutip Blumer, adalah interaksionisme simbolik yang menyatakan bahwa makna berbagai hal itu berasal dari, atau muncul dari interaksi sosial seseorang dengan orang lain. Dengan kata lain, kebudayaan merupakan sistem makna yang dimiliki bersama, dipelajari, diperbaiki, dipertahankan dan didefinisikan dalam konteks orang yang berkomunikasi. Dari interaksionisme simbolik tersebut makna digunakan dan dimodifikasi melalui proses-penafsiran yang dirangsang oleh persoalan yang dihadapi. Dalam hal ini kebudayaan bukan sistem pengendali, tetapi kebudayaan digunakan oleh orang-

⁶⁶ Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), Hal. 34

⁶⁷ Ibid,...., Hal 36

orang sebagai cara menginterprestaikan sesuatu dan situasi. Jadi, hanya prinsip-prinsip saja yang diberikan kebudayaan kepada pola komunikasi seseorang dan dalam menginterpretasikan dan memberi respon terhadap stimulant dari luar, karena kebudayaan tidak memberi secara detail bagaimana orang berperilaku.⁶⁸

Komunikasi multikultural merupakan proses komunikasi yang menghubungkan bagian-bagian dalam kehidupan dunia satu dengan kehidupan dunia lain yang berbeda secara tidak beraturan, tetapi hidup dalam wilayah budaya yang sama. Proses transformasi komunikasi antar-budaya yang mampu merubah kebiasaan-kebiasaan sosial, “*haw communication can change social conventions*”, pada tahap berikutnya, dalam proses perubahan sosial yang terus menerus adalah berlangsungnya komunikasi multikultural.

Kominikasi multikultural merupakan suatu perluasan dari studi komunikasi antarbudayan dan perubahan sosial. Selain berguna sebagai acuan membangun harmoni kehidupan, komunikasi multicultural mempunyai fokus kajian, metode dan pendekatannya sendiri. Komunikasi multicultural mempelajari bagaimana kontruksi pesan, makna pesan, kontruksi pola komunikasi pada setting budaya dalam suatu waktu atau setting budaya baru merupakan buah transformasi komunikasi antarbudaya.

Komunikasi multikultural sekaligus menjelaskan bagaimana perilaku komunikasi para partisipan dengan konteks yang baru. Bagaimana faktor-faktor perbedaan antara satu individu dengan individu yang lain, seperti perbedaan ras, bahasa, suku, adat istiadat, agama, nilai-nilai, norma, kepercayaan dan status sosial, dalam masyarakat multikultural tersebut menjadi faktor pendorong dan penghambat. Bagaimana seseorang yang berlatarbelakang, budaya yang berbeda-beda tersebut membangun persepsi yang sama tentang

⁶⁸ Andik Purwasito, Komunikasi Multikultural, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), Hal. 292-298

multicultural. Apakah ada perbedaan persepsi, konsepsi dan simbol-simbol dalam pandangan mereka.⁶⁹

Dari pembahasan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa multikultural adalah tempat pembelajaran masyarakat dari berbagai kultur yang berbeda-beda melalui proses komunikasi-melahirkan tingkah laku sosial, menyepakati nama dan nilai bersama, membangun struktur kelembagaan. Multikultural adalah proses transaksi pengetahuan dan pengalaman yang digunakan oleh anggota masyarakat untuk menginterpretasi pandangan dunia mereka yang berbeda untuk menuju kearah kebaruaran kultur.

Itulah sebabnya, kebudayaan berisi tentang cerita perubahan-perubahan, kisah manusia yang selalu memberi wujud baru pada pola-pola kebudayaan yang sudah ada. Kata multikultural menjadi pengertian yang sangat luas, *multi-discursive*, tergantung dari konteks pendefinisian dan manfaat yang diharapkan dari pendefinisian tersebut. Yang jelas, dari kebudayaan multicultural setiap individu mempunyai kemampuan berinteraksi dan bertransaksi, meskipun latarbelakang kultur masing-masing berbeda, karena sifat manusia yang; akomodatif, asosiatif, adaptable, fleksibel, kemauan untuk hidup saling berbagi.

Jadi, apa yang disebut komunikasi multikultural adalah komunikasi yang melibatkan proses interaksi individu atau kelompok dari budaya tertentu dengan individu atau kelompok budaya lain, menghasilkan kultur baru atau subkultur. Dengan demikian komunikasi multikultural dalam masyarakat multikultural terus berproses tanpa henti untuk menciptakan kultur yang lebih maju dan progresif. Inilah yang disebut dinamika multikultural.⁷⁰

Proses mempelajari budaya adalah proses mempelajari konteks dan makna. Edwand T. Hall, membedakan konteks budaya

⁶⁹ Andik Purwasito, *Komunikasi Multikultural*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), Hal.193-197.

⁷⁰ Ibid,...., Hal 181

tinggi (*high context culture*) dengan konteks budaya rendah (*low context culture*) untuk menunjuk pada cara dan nilai penyandian pesan pada logat dan gaya bicara. Pesan yang bersifat lugas, eksplisit atau berterus terang disebut sebagai konteks budaya rendah. Sedangkan konteks budaya tinggi kebanyakan pesannya bersifat implisit (tersembunyi), tidak langsung dan tidak berterus terang. Pesan yang sebenarnya berada pada perilaku nonverbal pembicara, seperti intonasi suara, potur badan, tatapan muka, gaya berpakaian dan penataan ruangan, benda-benda. Pernyataan verbal bisa berbeda dan bertentangan dengan pesan nonverbal.⁷¹

Dengan pendekatan ini, partisipan komunikasi dalam konteks budaya tinggi lebih pandai dan terampil dalam membaca perilaku nonverbal dan lingkungannya. Dalam masyarakat multikultural konteks budaya mengungkapkan seberapa besar interpretasi dan struktur pesan oleh partisipan komunikasi dalam perspektif, dinamika interaksional, kelembagaan dan dinamika masyarakat. Para ahli komunikasi antarbudaya, mengidentifikasikan bahwa partisipan komunikasi antarkultur, diasumsikan sebagai nara-sumber yang menjadi produsen pesan yakni mereka yang dating dari suatu budaya tertentu, sedangkan si penerima pesan adalah anggota yang dating dari suatu budaya yang lainnya.⁷²

Budaya yang menjadi sebuah identitas kultural memang memberi suatu pola tentang bagaimana orang berkomunikasi. Budaya seolah-olah bertanggung jawab atas seluruh perbendaharaan perilaku komunikatif dalam penyandian makna yang dimiliki oleh setiap orang. Dalam konteks komunikasi multikultural, yang berisi komunikasi antarbudaya, konteks latar budaya atas individu, terutama masalah yang berhubungan. Dalam setiap masyarakat multikultural, terdapat sistem budaya yang agak serupa dengan

⁷¹ Ibid,...., Hal 183

⁷² Ibid,...., Hal 187

sistem budaya yang lain. Ini menunjukkan bahwa individu yang telah dibentuk oleh sistem sosial-budaya berbeda masih menunjukkan pola komunikasi dan penggunaan simbol-simbol yang sama. Hal tersebut terlihat ketika suatu pesan mudah diterima oleh komunikan yang berbeda budaya karena pesan yang disampaikan masih mengandung makna seperti yang dikehendaki oleh komunikan. Dengan kata lain, masih ada kesamaan pola dalam proses penyandian dan interpretasi. Hanya saja, ketika pesan tersebut harus disandi balik, maka ada suatu perubahan yang mendasar karena pengaruh dan refrensi budaya komunikan.⁷³

E. Interaksionisme Simbolik

Teori Interaksi Simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead memberikan penjelasan telaah mengenai permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti. George Herbert Mead adalah seorang sosiolog Amerika yang dikenal sebagai pendiri pragmatisme Amerika, pelopor teori interaksi simbolik, dan sebagai salah satu pendiri psikologi sosial. Tempat lahir Mead yaitu di South Hadley Massachusetts, Amerika 27 Februari 1863 dan wafat pada tahun 1931 (68 Tahun). Mead menempuh pendidikan di Fakultas Teologi, Oberlin Ohio dan Filsafat dan Psikologi Universitas Harvard. Setelah menyelesaikan studinya di 1891 Mead kembali ke AS dan menjadi pengajar di Universitas Michigan selama 3 tahun. Di tahun 1894 Mead ikut bergabung dengan departemen filosofi di Universitas Chicago dan tetap disana sampai wafat tahun 1931.

George Herbert Mead mengagumi kemampuan manusia untuk menggunakan simbol; dia menyatakan bahwa orang bertindak berdasarkan makna simbolik yang muncul didalam sebuah situasi tertentu. Simbol yang dimaksud adalah label arbitrer atau representasi dari fenomena. Teori ini menekankan

⁷³ Andik Purwasito, *Komunikasi Multikultural*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), Hal.236-290.

pada hubungan antara simbol dan interaksi.⁷⁴

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide tentang individu dan interaksinya dengan masyarakat. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek dan bahkan diri mereka sendiri yang menentukan perilaku manusia.⁷⁵

Menurut Mead pakar filsafat dan teoritis interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol. Secara ringkas, interaksionisme simbolik didasarkan pada premis-premis berikut: *pertama*, individu merespon suatu situasi simbolik. Mereka merespon lingkungan, termasuk objek fisik dan sosial berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. *Kedua*, makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. *Ketiga*, makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial.⁷⁶

Mead menjelaskan bahwa manusia memiliki kemampuan untuk berkomunikasi satu sama lain dengan menggunakan simbol. Simbol-simbol ini dapat membantu individu memahami apa yang

⁷⁴ Agus Salim, Pengantar Sosiologi Mikro, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), Hal.21

⁷⁵ Sutarya, Sosiologi Komunikasi, (Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005), Hal.27

⁷⁶ Agus Salim, Pengantar Sosiologi Mikro, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), Hal.35

sedang individu lakukan dan apa yang dipikirkan orang lain.⁷⁷ Seseorang dapat berbicara dengan diri sendiri dan mencari hal apa yang harus dilakukan berdasarkan apa yang orang lain lakukan. Jadi, jika seseorang berperilaku dengan cara yang menurut orang lain aneh atau membingungkan, orang tersebut menyesuaikan perilakunya agar sesuai dengan tingkah perilaku orang lain. Kerangka interaksi simbolik mencakup 3 istilah agar dapat memahami kehidupan sosial, yaitu: diri (*self*), interaksi/masyarakat (*society*), dan terpretasi/pikiran (*mind*). Ini adalah proses dimana seseorang yang merupakan aktor sosial menyesuaikan tingkah laku dan tindakan mereka satu sama lain melalui interpretasi.⁷⁷

Diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai objek dalam pikiran, yang dipengaruhi oleh interaksi sosial orang lain. Namun diri juga merupakan kemampuan khusus sebagai subjek, mampu bertindak dan mempengaruhi lingkungan sosialnya. Mead menyebut ini "Me" (saya) sebagai objek dan "I" (saya) sebagai subjek. Artinya, diri hadir melalui kegiatan interaksi sosial dan bahasa komunikasi.⁷⁸

Behaviorisme sosial merupakan teori yang melihat bagaimana gerak tubuh dan dialog merupakan aspek penting dari interaksi simbolik. Karena dapat dibayangkan dampak interaksi simbolik terhadap aktor sosial lainnya. Interpretasi adalah ketika dialog individu dengan diri sendiri terjadi. Ini menjadikan bentuk terpisah dari masalah ego, dan pemikiran mendahului proses sosial. Artinya, pikiran dapat menghasilkan tanggapan yang tidak hanya untuk satu individu, tetapi untuk masyarakat secara keseluruhan. Makna dan tanda memiliki ciri khusus dalam tindakan sosial (bila satu pelaku terlibat) dan dalam interaksi sosial (bila dua atau lebih

⁷⁷ eresia Noiman Derung, "Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat," *SAPA Jurnal Kateketik dan Pastoral* 2, no. 1 (2017) Hal 118–131,

⁷⁸ Umiarso Elbadiansyah, *Interaksionisme Simbolik Dari Era Klasik Hingga Modern*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1st ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) Hal 237.

pelaku terlibat). Ketika seseorang melakukan suatu tindakan, mereka sudah memperkirakan pengaruhnya terhadap aktor lain yang terlibat. Interaksi adalah proses yang terjadi di antara orang-orang, dan itu mencerminkan semua tanggapan berbeda yang diambil oleh masing-masing orang. Ini juga memberi orang kesempatan untuk mengendalikan diri dan tanggapan mereka dengan cara yang lebih adaptif.⁷⁹

Interaksi sosial adalah semua tentang simbol dan seperti apa individu berinteraksi supaya menciptakan makna. Artinya, fokus interaksionisme simbolik yaitu pada detail simbol dan cara penggunaannya dalam lingkungan sosial dan keseharian individu. Dengan cara ini, dapat membantu menjelaskan makna yang dimiliki simbol bagi orang-orang.⁸⁰

Teori interaksi simbolik terdapat tiga gagasan kunci yang harus dipahami. Pertama, orang menanggapi situasi simbolik yang berasal dari pengkondisian sosialnya dan diproses secara individual melalui komunikasi dengan dirinya sendiri. Selanjutnya, makna merupakan hasil interaksi sosial, dan tidak melekat pada objek. Kemudian yang terakhir, makna interpretasi pribadi dapat berubah seiring waktu seiring dengan perubahan situasi dalam interaksi sosial.⁸¹

Untuk lebih memperjelas analisis teori interaksi simbolik, terdapat beberapa bentuk dasar interaksi sosial yang ada dalam suatu masyarakat. Yaitu sebagai berikut.¹⁴ Kerjasama (*Cooperatif*), Akomodasi (*Accomodation*), Asimilasi (*Assimilation*), Persaingan (*Competition*), Kontravensi (*Contravention*), Pertentangan atau Pertikaian (*Conflict*).⁸²

⁷⁹ Ibid . . . , Hal.17

⁸⁰ Stephen H. & Bryan S.T Abercrombie, N., *Kamus Sosiologi (Terjemahan)* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), Hal 338.

⁸¹ Goerge Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir* (Bantul: Kreasi Wacana, 2008), Hal 396.

⁸² Hassan Shadil, *Sosiologi Untuk Masyarakat Indonesia*. (Jakarta: PT Bina Aksara, 1983), Hal.27

1. Penggunaan Teori Interaksionisme Simbolik

Teori Interaksionisme dari George Herbert Mead digunakan dalam penelitian ini, dikarenakan teori ini berpandangan bahwa kenyataan sosial didasarkan kepada definisi dan penilaian subjektif individu dan merupakan definisi bersama yang dimiliki individu yang berhubungan dengan bentuk yang sama, yang menghubungkannya satu sama lain. Tindakan-tindakan individu dan juga pola interaksinya dibimbing oleh definisi bersama yang sedemikian itu dan dikonstruksikan melalui proses interaksi.

Teori ini berpegang, bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi. Dibutuhkan pemahaman di antara orang-orang untuk menciptakan makna, bahkan tujuan dari teori ini adalah menciptakan makna yang sama. Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka.⁸³ Asumsi ini menjelaskan perilaku sebagai suatu rangkaian pemikiran dan perilaku yang dilakukan secara sadar antara rangsangan dan respons yang berkaitan dengan rangsangan tersebut. Makna diciptakan dalam interaksi antarmanusia. Makna dapat ada hanya ketika orang-orang memiliki interpretasi yang sama mengenai simbol yang mereka pertukarkan dalam interaksi

2. Pokok-pokok Pikiran dari Teori Interaksionisme Simbolik

Mead dalam bukunya yang berjudul *Mind, Self dan Society*. Mead mengambil tiga konsep kritis yang diperlukan dan saling mempengaruhi satu sama lain untuk menyusun sebuah teori interaksionisme simbolik. Dengan demikian,

⁸³ Soerjono Soekanto, Sosiologi Suatu Pengantar. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hal.18

pikiran manusia (*mind*), dan interaksi sosial (*diri/self*) digunakan untuk menginterpretasikan dan memediasi masyarakat (*society*).⁸⁴

a. Pikiran (*Mind*)

Pikiran, yang didefinisikan Mead sebagai proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, tidak ditemukan di dalam diri individu, pikiran adalah fenomena sosial. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian integral dari proses sosial. Proses sosial mendahului pikiran, proses sosial bukanlah produk dari pikiran. Jadi pikiran juga didefinisikan secara fungsional ketimbang secara substantif. Karakteristik istimewa dari pikiran adalah kemampuan individu untuk memunculkan dalam dirinya sendiri tidak hanya satu respon saja, tetapi juga respon komunitas secara keseluruhan.⁸⁵

Melakukan sesuatu berarti memberi respon tertentu, dan bila seseorang mempunyai respon itu dalam dirinya, ia mempunyai apa yang kita sebut pikiran. Dengan demikian pikiran dapat dibedakan dari konsep logis lain seperti konsep ingatan dalam karya Mead melalui kemampuannya menanggapi komunitas secara menyeluruh dan mengembangkan tanggapan terorganisir.

b. Diri (*Self*)

Banyak pemikiran Mead pada umumnya, dan khususnya tentang pikiran, melibatkan gagasannya mengenai konsep diri. Pada dasarnya diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah

⁸⁴ Basrowi, Pengantar Sosiologi, (Bogor: Ghalis Indonesia 2005), hal.46

⁸⁵ Hassan Shadil, Sosiologi Untuk Masyarakat Indonesia. (Jakarta: PT Bina Aksara, 1983), Hal 31

objek. Diri adalah kemampuan khusus untuk menjadi subjek maupun objek. Diri mensyaratkan proses sosial yakni komunikasi antar manusia. Diri muncul dan berkembang melalui aktivitas dan antara hubungan sosial. Menurut Mead adalah mustahil membayangkan diri yang muncul dalam ketiadaan pengalaman sosial. Tetapi, segera setelah diri berkembang, ada kemungkinan baginya untuk terus ada tanpa kontak sosial.

Dengan cara ini Mead mencoba memberikan arti bahwa Diri adalah di mana orang memberikan tanggapan terhadap apa yang ia tujukan kepada orang lain dan dimana tanggapannya sendiri menjadi bagian dari tindakannya, di mana ia tidak hanya mendengarkan dirinya sendiri, tetapi juga merespon dirinya sendiri, berbicara dan menjawab dirinya sendiri sebagaimana orang lain menjawab kepada dirinya, sehingga kita mempunyai perilaku di mana individu menjadi objek untuk dirinya sendiri. Karena itu diri adalah aspek lain dari proses sosial menyeluruh di mana individu adalah bagiannya.⁸⁶

c. Masyarakat (*Society*)

Pada tingkat paling umum, Mead menggunakan istilah masyarakat (*society*) yang berarti proses sosial tanpa henti yang mendahului pikiran dandiri. Masyarakat penting perannya dalam membentuk pikiran dan diri. Di tingkat lain, menurut Mead, masyarakat mencerminkan sekumpulan tnggapan terorganisir yang diambil alih oleh individu dalam bentuk “aku” (*me*). Menurut pengertian individual ini masyarakat mempengaruhi mereka, memberi

⁸⁶ Ibid,...., Hal 36

mereka kemampuan melalui kritik diri, untuk mengendalikan diri mereka sendiri.⁸⁷

3. Komunikasi

Di dalam kehidupan manusia seluruh kegiatan, perilaku dan tindakan selalu menggunakan komunikasi di dalamnya. Di mana komunikasi adalah satu kegiatan interaksi dalam menyampaikan suatu pesan baik itu berupa informasi, pesan. Seperti pendapat Hybles dan Richard L. Weaver II,⁸⁸ komunikasi merupakan setiap proses pertukaran informasi, gagasan, dan perasaan. Proses itu meliputi informasi yang disampaikan tidak hanya secara lisan dan tulisan tetapi juga dengan bahasa tubuh, gaya maupun penampilan diri atau menggunakan alat bantu disekeliling kita untuk memperkaya sebuah pesan. Adapun 3 pandangan terhadap komunikasi.⁸⁹

a. Komunikasi Sebagai Aktivitas Simbol

Merupakan aktivitas berkomunikasi menggunakan simbol-simbol bermakna yang diubah kedalam kata-kata (verbal) untuk ditulis dan diucapkan atau simbol bukan kata-kata verbal (nonverbal) untuk diperagakan. Simbol komunikasi itu dapat berbentuk tindakan dan aktivitas manusia, atau tampilan objek yang mewakili makna tertentu.

b. Komunikasi Sebagai Proses

Komunikasi merupakan aktivitas yang berlangsung secara berkesinambungan sehingga mengalami perubahan. Misalnya dari seorang

⁸⁷ Ibid,...., Hal 41

⁸⁸ Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), Hal.13.

⁸⁹ Alo Liliweri.. *Makna Budaya dalam Komunikasi antar Budaya*. (Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara, 2002), Hal.26

komunikator mengirimkan pesan kepada seorang komunikan dengan dampak tertentu yang berbeda-beda namu saling berkaitan, bahkan mungkin rangkaian itu secara bertahap dan berubah sepanjang waktu.

c. Komunikasi Sebagai Pertukaran Makna

Kegiatan komunikasi pada dasarnya adalah kegiatan mengirim atau menerima pesan, namun pesan sama sekali tidak berpindah, yang berpindah hanyalah makna pesan tersebut. Makna itu sendiri ada didalam setiap orang yang mengirimkan pesan. Jadi makna adalah pesan yang dimaksudkan oleh pengirim dan diharapkan akan dimengerti oleh penerima pesan.

Komunikasi menurut Jhon C. Merrill, adalah suatu penyesuaian pikiran, penciptaan perangkat simbol bersama didalam pikiran para peserta komunikasi.⁹⁰ Komunikasi juga mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistrosi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu mempunyai pengaruh tertentu dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik⁹¹

Pada komunikasi dibutuhkan proses komunikasi. Proses komunikasi menurut Kincaid dan Schramarn adalah suatu perubahan atau rangkaian tindakan serta peristiwa selama beberapa waktu dan yang menuju suatu hasil tertentu. Dengan demikian, setiap langkah yang dimulai dari saat menciptakan informasi sampai saat informasi itu dipahami, merupakan proses-proses di dalam rangka proses komunikasi

⁹⁰ S. Djuarsa. Sendjaja. *Teori Komunikasi*. (Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, 2005), Hal.19

⁹¹ AW. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), Hal.21

yang lebih umum.⁹²

a. Proses Komunikasi secara Primer

Pada proses ini komunikasi yang dilakukan secara tatap muka, langsung antara seseorang kepada orang lain guna menyampaikan pikiran maupun perasaannya. Alo Liliweri menyebutkan proses komunikasi primer, berlaku tanpa menggunakan alat yaitu secara langsung dengan menggunakan bahasa , gerakan yang diberi arti khusus. Sedangkan Odong Effendy menyebutkan proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media.⁹³

b. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder itu tidak lain adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Lambang dalam hal ini adalah bahasa.

Komunikasi sekarang didefinisikan sebagai suatu proses dinamik transaksional yang mempengaruhi perilaku sumber dan penerimaannya dengan sengaja menyandi (*to code*) perilaku mereka untuk menghasilkan pesan yang mereka sampaikan atau salurkan lewat satu saluran (*channel*) guna merangsang atau memperoleh sikap atau perilaku tertentu. Komunikasi akan lengkap apabila penerima pesan yang

⁹² Alo Liliweri.. Makna Budaya dalam Komunikasi antar Budaya. (Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara, 2002), Hal.142

⁹³ Uchjana Onong, Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), Hal.14

dimaksud mempersepsi atau menyerap perilaku yang disandi, memberi makna kepadanya dan terpengaruh olehnya.

Dari beberapa penjelasan di atas unsur-unsur dalam komunikasi adalah; pertama adalah sumber (*source*), suatu sumber adalah orang yang mempunyai suatu kebutuhan sosial untuk diakui sebagai individu hingga kebutuhan berbagai informasi dengan orang lain atau mempengaruhi sikap atau perilaku seseorang atau kelompok orang lainnya. Unsur kedua, penyandian (*encoding*), yang dimaksud dengan *encoding* adalah suatu kegiatan internal seseorang untuk memilih dan merancang perilaku verbal dan nonverbalnya yang sesuai dengan aturan-aturan tata bahasa guna menciptakan suatu pesan. Hasil dari perilaku menyandi adalah suatu pesan (*message*). Suatu pesan terdiri dari lambang-lambang verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan dan pikiran sumber pada suatu saat dan tempat tertentu . Unsur komunikasi keempat adalah saluran (*channel*) yang menjadi penghubung pesan dari sumber antara sumber dan penerima. Dalam hal ini pesan akan disampaikan menggunakan media, dimana pesan disampaikan kepada komunikan bisa menggunakan alat komunikasi seperti melalui surat, *email*, alat elektronik,dan lain-lain. Atau juga bisa secara langsung (bertatap muka).⁹⁴

Unsur kelima adalah penerima (*receiver*),yaitu orang yang menerima pesan dan sebagai akibatnya menjadi berhubungan dengan sumber pesan tersebut. Artinya penerima pesan akan menerima pesan yang disampaikan melalui media atau *channel* yang digunakannya dalam

⁹⁴ S. Djuarsa. Sendjaja. *Teori Komunikasi*. (Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, 2005), Hal.25

menyampaikan pesan.⁹⁵

Unsur yang keenam yang disebut dengan penyandian balik (*decoding*) merupakan proses internal penerima dan pemberian makna kepada perilaku sumber yang mewakili perasaan dan pikiran sumber. Unsur ketujuh adalah respons penerima (*receiver response*) ini menyangkut apa yang penerima lakukan setelah respons penerima menerima pesan.⁹⁶

Respons ini bisa beraneka ragam, mulai dari tingkat minimum sampai pada tingkat maksimum bisa merupakan suatu tindakan penerima yang segera, terbuka dan mungkin mengandung kekerasan. Komunikasi dianggap berhasil, bila respons penerima mendekati apa yang dikehendaki oleh sumber yang menciptakan pesan. Unsur terakhir adalah umpan balik (*feedback*). Umpan balik adalah informasi yang tersedia bagi sumber yang menilai keefektifan komunikasi yang dilakukannya untuk mengadakan penyesuaian atau perbaikan dalam komunikasi selanjutnya.⁹⁷

Meskipun umpan balik dan respons bukan hal yang sama, keduanya jelas sangat berkaitan. Respons adalah apa yang penerima putuskan atau lakukan setelah ia menerima pesan, sedangkan umpan balik adalah informasi tentang keefektifan komunikasi.⁹⁸

4. Teori Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi dan kebudayaan merupakan dua konsep yang tidak dapat dipisahkan. Dalam komunikasi kode-kode pesan, baik secara verbal dan nonverbal selalu digunakan

⁹⁵ Ibid,...., Hal 27

⁹⁶ Ibid,...., Hal 31

⁹⁷ Hafied, Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), Hal.12

⁹⁸ Edi S, Ekadjati. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. (Bandung: PT Rosdakarya, 2000), Hal. 23

dalam konteks interaksi. Komunikasi dan kebudayaan juga meliputi bagaimana suatu makna, pola-pola tindakan dan bagaimana makna tersebut diartikan dalam sebuah kelompok sosial, kelompok budaya, serta interaksi lainnya yang melibatkan manusia.

Komunikasi antarbudaya menurut L.Rich dan Dennis M. Ogawa, merupakan komunikasi antara orang-orang yang berbeda latarbelakang kebudayaannya, misalnya antara suku bangsa, etnik, ras, dan kelas sosial.⁹⁹ Sedangkan Lustig dan Kooester mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah suatu proses komunikasi simbolik, *interpretative*, transaksional, dan kontekstual yang dilakukan sejumlah orang yang memiliki kepentingan dan memberikan interpretasi dan harapan secara berbeda terhadap apa yang disampaikan dalam bentuk perilaku sebagai makna yang dipertukarkan.¹⁰⁰

Komunikasi antarbudaya itu bisa menyenangkan, membawa suasana damai, mengurangi kekeliruan informasi, dan meredakan ketegangan. Komunikasi yang efektif hanya akan terjadi manakala dua pihak memberikan makna yang sama atas pesan yang mereka pertukarkan. Sebaliknya, komunikasi yang kacau membawa perbedaan pendapat, yang mengakibatkan pertikaian dan perkelahian ketika dua pihak memberikan makna yang berbeda atas pesan yang disampaikan.¹⁰¹

Semakin berbeda budaya para pelaku komunikasi maka semakin besar kendala untuk mengartikan pesan yang ingin disampaikan, sebaliknya semakin kecil bahkan kalau

⁹⁹ Alo Liliweri.. Makna Budaya dalam Komunikasi antar Budaya. (Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara, 2002), Hal.12

¹⁰⁰ Ibid,...., Hal.34

¹⁰¹ Uchjana Onong, Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), Hal.36

terdapat perbedaan antar budaya maka makin kecil peluang untuk mengartikan makna diantara mereka. Perbedaan-perbedaan antar budaya atas makna sering kali terjadi lantaran dua pihak atau lebih kurang atau bahkan tidak memahami perbedaan nilai maupun norma budaya.

5. Inti Pemikiran Teori Komunikasi Antarbudaya

Pertama pada umumnya teori komunikasi yang dibangun berdasarkan pendekatan kebudayaan yang selalu menaruh perhatian terhadap perbedaan-perbedaan yang timbul dari hubungan antar pribadi, antarkelompok, hubungan antar individu dengan kelompok maupun perilaku yang diterapkan dalam konteks yang berbeda. Sebagai contoh manusia memakai bahasa sebagai cara terbaik untuk berkomunikasi demi mempertahankan hubungan antar pribadi maupun antarpribadi dengan organisasi sosial dalam masyarakat.

Komunikasi dimulai dengan kontak, disusul dengan interaksi, lalu komunikasi, dan terakhir pertukaran pesan. Membuka diri adalah awal dari kontak antarpribadi. Dalam komunikasi antarbudaya kesadaran diri ditentukan oleh konsep diri. Konsep diri terbentuk karena kita melihat keberadaan diri kita.

Komunikasi adalah kebudayaan dan kebudayaan adalah komunikasi, begitu kata Edward T Hall. Karena kebudayaan itu hanya dimiliki oleh manusia maka komunikasi itu milik manusia dan dijalankan di antara manusia. Semua masyarakat di dunia memiliki kebudayaan, salah satu komponen kebudayaan adalah nilai. Nilai merupakan suatu referensi atau rujukan yang dipegang sebagai pedoman tingkah laku setiap anggota masyarakat atau

kelompok budaya tertentu.¹⁰²

Etika memberikan kerangka yang dibutuhkan setiap orang untuk melaksanakan kode etik dan moral. Masyarakat tanpa etika adalah masyarakat yang siap hancur. Oleh karena itu, etika adalah syarat wajib bagi keberadaan. Mempelajari komunikasi antarbudaya berarti kita mempelajari termasuk membandingkan kebudayaan orang lain, mempelajari satu atau lebih dari kebudayaan lain, sekurang- kurangnya yang ditujukan oleh tampilan perilaku mereka.¹⁰³

Jika perilaku antarbudaya merupakan wujud nilai yang didalamnya mengandung etika suatu masyarakat maupun komunitas maka pengenalan terhadap nilai budaya orang juga sangat perlu. Kita berusaha untuk membentuk suatu masyarakat yang bersama beretika, yakni suatu masyarakat yang bisa hidup harmonis dan tanpa ketakutan dan juga mendorong terjadinya perdamaian dan terhindar dari konflik.

6. Kebudayaan

Kerap kali kebudayaan diartikan sebagai suatu bentuk seni akan tetapi kebudayaan bukan sekedar sebuah seni belaka melainkan kebudayaan melebihi seni karena kebudayaan meliputi sebuah jaringan kerja dalam kehidupan manusia. Kebudayaan juga mempengaruhi nilai-nilai yang dimiliki manusia, bahkan mempengaruhi sikap dan perilaku manusia.

Iris Varner, menjelaskan kebudayaan sebagai pandangan yang koheren (berhubungan) tentang sesuatu yang dipelajari, yang dipertukarkan oleh sekelompok orang.

¹⁰² Alo Liliweri.. Makna Budaya dalam Komunikasi antar Budaya. (Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara, 2002), hal.22

¹⁰³ Ibid,...., Hal.27

Pandangan itu berisi apa yang mendasari kehidupan, apa yang menjadi derajat kepentingan, tentang sikap mereka yang tepat terhadap sesuatu, gambaran suatu perilaku yang harus diterima oleh sesama atau yang berkaitan dengan orang lain.¹⁰⁴

Selain itu menyebutkan bahwa kebudayaan dapat berarti simpanan akumulatif dari pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, yang dipertahankan oleh suatu kelompok atau suatu generasi.¹⁰⁵

Dalam kebudayaan ada beberapa pendekatan untuk memahami kebudayaan, diantaranya;

a. Pendekatan Deskriptif;

Kebudayaan merupakan keseluruhan kompleks yang didalamnya meliputi pengetahuan, seni, moral, hukum, adat istiadat, dan setiap kemampuan atau kebiasaan yang dilakukan oleh seseorang sebagai anggota suatu masyarakat. Cara termudah untuk menjelaskan kebudayaan adalah dengan mendeskripsikan rincian pengetahuan, seni, moral, hukum, adat istiadat, dan setiap kemampuan atau kebiasaan yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat dari kebudayaan tertentu.

b. Pendekatan Bawaan Sosial

Kebudayaan diyakini sebagai warisan dari orang dewasa kepada anak-anak, bahwa manusia tidak dilahirkan dengan kebudayaan, melainkan kebudayaan itu dipelajari oleh manusia sepanjang kehidupannya. Proses belajar itu merupakan salah satu bentuk bawaan sosial. Yang dimiliki manusia sejak lahir. Jadi kita ingin mempelajari kebudayaan maka salah satu cara adalah mempelajari bawaan sosial dari sekelompok orang

¹⁰⁴ Alo Liliweri . . , Hal. 38

¹⁰⁵ Ibid..., Hal 43

dalam kebudayaan tertentu.

c. Pendekatan Perseptual

Kebudayaan dibentuk oleh perilaku manusia, dan perilaku itu merupakan hasil persepsi manusia terhadap dunia. Perilaku tersebut merupakan perilaku terpola karena tampilannya berulang-ulang secara konsisten sehingga diterima sebagai pola budaya.¹⁰⁶

Budaya berkenaan dengan cara manusia hidup. Manusia belajar, berpikir, merasa, mempercayai dan mengusahakan apa yang patut menurut budayanya. Bahasa persahabatan, kebiasaan makan, praktik komunikasi, tindakan-tindakan sosial, semua itu adalah pola-pola kebudayaan. Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat.

Budaya dan komunikasi tak dapat dipisahkan oleh karena budaya tidak hanya menentukan siapa bicara dengan siapa, tentang apa, dan bagaimana orang menyandi pesan, makna yang ia miliki untuk pesan, dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, dan menafsirkan. Sebenarnya seluruh pembendaharaan perilaku kita sangat bergantung pada budaya tempat kita dibesarkan. Konsekuensinya, budaya merupakan landasan komunikasi. Bila budaya beraneka ragam, maka beraneka ragam pula praktik-praktik komunikasi.¹⁰⁷

7. Konflik

Menurut Webster istilah “*conflict*” adalah suatu perkelahian, peperangan, atau perjuangan yang menggunakan kontak fisik dalam menyelesaikan masalah. Konflik juga merupakan salah satu bagian dari kehidupan dan perkembangan manusia yang mempunyai karakteristik yang

¹⁰⁶ Ibid...., Hal 45

¹⁰⁷ Koentjaraningrat. *Pengantar Antropologi I*. (Jakarta: Rineka Cipta. 1996), Hal.13

beragam.

Manusia memiliki berbagai macam perbedaan baik itu jenis kelamin, strata sosial dan ekonomi, suku, bangsa, budaya, kepercayaan, dan lain-lain. Perbedaan inilah yang sering menimbulkan konflik di antara sesama manusia. Banyak orang berpendapat bahwa konflik merupakan sesuatu yang buruk, negatif dan merusak. Oleh karena itu konflik harus dicegah dan dihindari. Stephen P. Robbins menyebutkan pandangan ini sebagai pandangan tradisional (*traditional point of view*). Konflik yang merusak menurut Stephen diantaranya ;

- a. Konflik buruk : menimbulkan sesuatu yang buruk, seperti pertentangan, kompetisi, perkelahian, perang, dan kerugian.
- b. Konflik merusak : merusak keharmonisan hidup dan hubungan baik antarmanusia. Konflik seperti ini merusak keharmonisan, keselarasan, serta keseimbangan hidup dan interaksi sosial manusia.
- c. Konflik sama dengan kekerasan dan agresi : konflik seperti ini mengarah pada kebencian, kekerasan, agresi, perkelahian, dan perang.
- d. Konflik irasional dan emosional : membuat orang merasa hanya dirinya sendiri yang benar dan lawan konfliknya salah.¹⁰⁸

Hocker dan Wilmot mengatakan bahwa sumber-sumber konflik bisa datang dari berbagai macam aspek, baik itu tujuan yang berbeda, perilaku tidak manusiawi, pribadi masing-masing orang, komunikasi yang tidak baik atau kesalahpahaman, keragaman sistem sosial, dll. Selain itu juga faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya konflik

¹⁰⁸ Ibid...., Hal 21

diantaranya;

a. Emosi

Emosi dapat menyebabkan konflik dan mempengaruhi proses interaksi. Wirawan memberi definisi emosi adalah perasaan subyektif yang kompleks sebagai reaksi atau suatu sikap yang mempengaruhi sikap dan perilaku. Emosi merupakan perasaan yang kompleks, bisa senang bisa tidak senang atau netral (biasa-biasa saja).¹⁰⁹

Emosi bisa bersifat konstruktif dan destruktif, positif atau negatif, dan menyenangkan atau menyakitkan. Dengan demikian emosi erat hubungannya dengan konflik. Orang yang emosional akan menilai segala sesuatu yang dihadapainya berdasarkan persepsinya dan tidak/kurang memperhatikan persepsi orang lain. Orang yang emosional sering irasional dan logika berpikirnya dipengaruhi oleh emosinya.

b. Marah

Dalam menghadapi situasi konflik, tujuan yang tidak tercapai karena terhalang oleh lawan konfliknya akan menyebabkan pihak yang terlibat konflik bisa marah. Kemarahan bukan saja mengubah sikap dan perilaku pihak yang terlibat konflik, tetapi mengubah proses interaksi.¹¹⁰

Marah adalah keadaan jiwa orang dan emosi yang tinggi (emosional) yang mempengaruhi pola pikir dan perilakunya. Dalam keadaan emosional marah adalah

¹⁰⁹ Mubarak, Achmad. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Pustaka Firdaus, 2006. Hal 27

¹¹⁰ Ibid, ..., Hal 29

keadaan emosi seseorang yang lebih tinggi daripada keadaan normal. Emosi tersebut tidak menyenangkan baik bagi dirinya sendiri atau untuk melawan konfliknya.

Kadar intensitas emosi bisa ringan (jengkel) hingga intensitas emosi yang sangat tinggi dan menimbulkan kemarahan hebat. Brain membagi marah menjadi dua jenis, yang pertama marah sehat (*healthy anger*) merupakan respons yang sah terhadap ketidakadilan, penyalahgunaan, dan kehilangan.¹¹¹

Marah sehat mengarah pada pemahaman yang rasional, beralasan, dan pemecahan masalah. Jenis kedua adalah marah merusak (*destructive anger*) ditarik oleh perasaan ketidakcukupan, frustrasi, dan kegagalan. Marah jenis ini menyebabkan kehilangan kontrol emosi serta dominasi oleh perasaan dan mengarah pada tindakan cepat yang sering menimbulkan malapetaka.

c. Agresi

Dalam konflik agresi adalah perilaku kekerasan yang dilakukan dengan sengaja untuk melukai, menimbulkan rasa kesakitan, kematian, atau kerugian orang lain. Agresi adalah perilaku kekerasan bukan perilaku interaksi sosial biasa. Perilaku kekerasan merupakan perilaku yang bersifat negatif. Perilaku ini ditujukan untuk menimbulkan luka ringan, luka berat, bahkan kematian.

Perilaku agresi bisa merupakan perilaku langsung atau perilaku tidak langsung, perilaku aktif atau pasif, dan perilaku fisik atau perilaku verbal. Contoh perilaku

¹¹¹ Ibid...., Hal 32

agresi, misalnya ; memukul, menendang, menampar, mendiamkan, menolak untuk berbicara, mempermalukan, menghina, melabrak, lelucon yang melecehkan, melakukan sabotase, mengedarkan gosip, dengki, dan lain-lain.¹¹²

8. Interaksi Simbolik

Max Weber mendefinisikan tindakan sosial sebagai semua perilaku manusia ketika dan sejauh individu memberikan suatu makna subjektif terhadap perilaku. Tindakan di sini bisa terbuka atau tersembunyi, bisa merupakan suatu situasi atau sengaja berdiam diri sebagai tanda setuju dalam suatu situasi. Tindakan manusia pada dasarnya bermakna, melibatkan penafsiran, berpikir, dan kesengajaan.¹¹³ Tindakan seperti ini bisa karena disengaja baik itu untuk orang lain ataupun untuk diri sendiri, yang pikiran- pikirannya aktif saling menafsirkan perilaku orang lain, berkomunikasi satu sama lain, dan mengendalikan perilaku dirinya masing-masing sesuai dengan komunikasiya. Interaksi simbolik menurut Blumer adalah suatu aktifitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna.

Inti dari teori interaksi simbolik adalah teori tentang “diri” (*self*) dari George Herbert Mead. Ia menganggap bahwa konsepsi diri adalah suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain. Selain itu Charles Horton Cooley mendefinisikan *diri* sebagai suatu yang dirujuk dalam pembicaraan biasa melalui kata ganti orang pertama tunggal, yaitu “aku” (*I*), “daku” (*me*), “milikku” (*mine*), dan “diriku” (*myself*). Ia mengatakan bahwa segala sesuatu yang

¹¹² Ibid...., Hal 36

¹¹³ Agus, Salim. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006), hal.78

dikaitkan dengan *diri* menciptakan emosi lebih kuat daripada yang tidak dikaitkan dengan *diri*, bahwa *diri* dapat dikenal hanya dapat dikenal hanya melalui perasaan subjektif. Sementara itu, pandangan Mead tentang *diri* terletak pada konsep “pengambilan peran orang lain” (*taking the role at the other*).¹¹⁴

Bagi Mead dan Cooley, *diri* muncul karena komunikasi. Tanpa bahasa, *diri* tidak akan berkembang. Manusia unik karena mereka memiliki kemampuan memanipulasi simbol-simbol berdasarkan kesadaran. Pentingnya komunikasi, khususnya melalui mekanisme isyarat vocal (bahasa). Simbol adalah suatu rangsangan yang mengandung makna dan nilai yang dipelajari bagi manusia terhadap simbol adalah dalam pengertian makna dan nilainya dalam pengertian stimulasi fisik dari alat-alat indranya. Makna suatu simbol bukanlah pertama-tama ciri fisiknya, namun apa yang dapat orang lakukan mengenai simbol tersebut. Suatu simbol disebut signifikan atau memiliki makna bila simbol itu membangkitkan pada orang yang menyampaikannya respon yang sama seperti yang juga akan muncul pada orang yang dituju.¹¹⁵

Isyarat vokal sangat penting untuk merangsang orang untuk melakukan apa yang sudah diucapkan. Oleh Mulyana dicontohkan bahwa orang yang meneriakan “Api!” dalam suatu gedung bioskop yang penuh sesak setidaknya termotivasi untuk meninggalkan gedung itu sebagaimana orang-orang yang dituju dengan teriakan itu. Jadi simbol yang

¹¹⁴ Goerge Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir* (Bantul: Kreasi Wacana, 2008). Hal 74

¹¹⁵ Deddy, Mulyana. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), Hal.47

signifikan memungkinkan orang menjadi stimulator bagi tindakan sendiri. Kelebihan isyarat vokal daripada isyarat fisik, seperti seringai wajah, sebagai isyarat yang signifikan, adalah bahwa kita mendengar diri kita sendiri, seperti juga orang lain, sementara kalau kita melakukan isyarat fisik, kita tidak melihat apa yang kita perbuat. Sebagai akibatnya isyarat vokal dapat mempengaruhi pembicara sebagaimana ia mempengaruhi pendengar. Akibat lain, kita jauh lebih mampu mengendalikan isyarat vokal daripada isyarat fisik.¹¹⁶

Orang yang marah biasanya tidak sadar akan bahasa tubuhnya dan karenanya kurang mampu secara sadar menyesuaikan tindakan-tindakan berikutnya untuk mengantisipasi reaksi orang lain terhadap bahasa tubuhnya tersebut. Sebaliknya seorang pembicara dalam keadaan sadar ketika ia mengucapkan kata-kata marahnya dan karenanya lebih mampu mengantisipasi bagaimana orang lain itu akan bereaksi, sehingga ia dapat menyiapkan reaksinya lagi terhadap reaksi lawan bicaranya.

Komunikasi melibatkan tidak hanya proses verbal yang berupa kata, frase atau kalimat yang diucapkan dan didengar, tetapi juga proses nonverbal. Proses nonverbal meliputi isyarat, ekspresi wajah, kontak mata, postur dan gerakan tubuh, sentuhan, pakaian, artefak. Pentingnya tanda dan simbol nonverbal, meskipun tidak sepenting isyarat vokal dalam pandangan Mead, tidak boleh diremehkan dalam komunikasi manusia.

¹¹⁶ Hafied, Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), Hal.18

Pentingnya tanda dan simbol nonverbal akan tampak bila orang dari suatu budaya berkomunikasi dengan orang dari budaya lain. Meskipun mereka berbicara bahasa yang sama, mereka mungkin mengalami kesalahpahaman ketika mereka salah menafsirkan perilaku nonverbal tertentu yang mengisyaratkan makna tertentu.

Jumlah tanda atau simbol yang berfungsi sebagai “bahasa” itu tidak terbatas. Kita memaknai perilaku orang lain ketika mereka sendiri mungkin tidak menyadarinya, seperti gerakan mata, sikap tubuh, dan ekspresi wajah. Melalui interaksi atau komunikasi orang-orang dapat bertukar makna, nilai dan pengalaman dengan menggunakan simbol dan tanda.¹¹⁷

Herbert Mead membedakan simbol signifikan (*significant symbols*) yang merupakan bagian dari dunia makna manusia dengan tanda alamiah (*natural signs*) yang merupakan bagian dari dunia fisik. Yang pertama digunakan dengan sengaja sebagai sarana komunikasi, yang kedua digunakan secara spontan dan tidak disengaja dalam merespon stimuli.

Makna tanda alami ditentukan, karena hal itu adalah bagian dari hukum (sebab akibat) alam, seperti asap yang merupakan tanda alamiah dari api. Akan tetapi makna simbol secara sembarang dipilih dan berdasarkan kesepakatan yang tidak memiliki hubungan kausal dengan apa yang direpresentasikannya.¹¹⁸

¹¹⁷ Hafied, Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), Hal.21

¹¹⁸ Deddy, Mulyana. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), Hal.41

Manusia berinteraksi dengan cara berbeda. Konkretnya manusia merespons tidak hanya tindakan orang lain, melainkan juga makna, motif, dan maksud tindakan tersebut. Dengan kata lain manusia harus mendefinisikan apa makna tindakan yang dihadapinya. Baik komunikator ataupun pengamat terlebih dulu mempelajari makna kata atau isyarat untuk berkomunikasi secara simbolik, sementara komunikasi dengan tanda alamiah berlangsung secara naluriah dan spontan. Konsekuensinya, pengertian, terlepas dari apakah hal itu menyenangkan atau tidak, akan diperoleh bila para aktor yang terlibat memberikan makna yang sama kepada simbol tersebut. Dengan memahami dan memastikan tindakannya sendiri agar sesuai dengan tindakan orang lain.¹¹⁹

Dalam Teori interaksionisme simbolik menurut George Herbet Mead, pikiran (*mind*) sebagai kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial. Diri (*self*) sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri kita sendiri dari perspektif orang lain, dan juga masyarakat (*society*), sebagai jejaring hubungan sosial yang diciptakan manusia. Individu- individu terlibat didalam masyarakat melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan suka rela atau bisa dikatakan manusia adalah individu yang berpikir, berperasaan, memberikan pengertian pada setiap keadaan, yang melahirkan reaksi dan interpretasi kepada setiap rangsangan yang dihadapi. Kejadian tersebut dilakukan melalui interpretasi simbol-simbol atau komunikasi bermakna yang dilakukan melalui gerak, bahasa, rasa simpati, empati, dan melahirkan tingkah laku lainnya yang menunjukkan reaksi

¹¹⁹ George Ritzer-Douglas J. Goodman. *Teori Sosiologi Modern*. (Jakarta, Edisi Keenam. Kencana, 2010), Hal.132

atau respon terhadap rangsangan- rangsangan yang datang kepada dirinya.¹²⁰

Selain itu juga berdasarkan teori interaksi simbolik dalam pandangan Mead; Etnis Sumba dan Etnis Maluku mempunyai cara sendiri dalam memaknai pesan, tanda serta simbol-simbol yang ada yang dipertukarkan karena mereka memiliki perasaan, pemikiran dalam mengartikan semua proses interaksi yang ada dan juga bertindak berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka.

9. Interaksi Sosial

Inti dari pendekatan ini adalah orangnya. Manusia adalah objek yang secara lugas dapat dilihat dan dibedah melalui pergaulan dengan orang lain. Dalam sudut pandang ini,¹²¹ berkonsentrasi pada pergaulan antar manusia dan perkumpulan. Orang berkomunikasi menggunakan gambar yang mengandung tanda, sinyal dan kata-kata.¹²²

Hipotesis ini melihat pada masyarakat yang melakukan pembinaan secara sosial karena dukungannya dalam melakukan kerjasama dalam kehidupan daerah setempat, dimana tujuannya adalah masyarakat dengan orang lain. Sesuai hipotesis ini, orang dipandang sebagai pembentuk dinamis kepribadian mereka sendiri, dalam mengartikan, menilai, memutuskan dan mengatur dan dalam hal apa pun, menyelesaikan keputusan mereka sendiri. Sementara itu, lambang diartikan sebagai perkembangan tangan atau kepala yang mengandung tanda dan merupakan gambaran asli, karena mempunyai arti yang sama bagi individu

¹²⁰ Blumer, *Symbolic Interactionism, Perspectives and Methodes*. (California University Press, Berkeley.1969), Hal. 251

¹²¹ George Ritzer-Douglas J. Goodman. *Teori Sosiologi Modern*. (Jakarta, Edisi Keenam. Kencana, 2010)

¹²² Herbert, Blumer. *Symbolic Interactionism, Perspectives and Methodes*. (California University Press, Berkeley.1969)

pembuatnya.¹²³

Gagasan ini pertama kali dikemukakan oleh Blummer yang menyatakan bahwa manusia adalah penghibur dan penghibur sebenarnya akan memilih, menganalisis, berpikir, mengelompokkan, dan mengubah makna sesuai dengan keadaan di mana dan ke mana kegiatannya mengarah. Lebih jauh lagi, sejujurnya, pemahaman tidak boleh dilihat secara mendasar sebagai penggunaan implikasi yang telah ditentukan sebelumnya, namun lebih sebagai suatu proses yang membentuk implikasi dimana kepentingan tersebut dimanfaatkan dan disempurnakan sebagai instrumen untuk memimpin pengembangan kegiatan.

Menurut Francis Abraham, interaksionisme representatif pada dasarnya adalah sudut pandang sosial-mental yang penting untuk pemeriksaan humanistik. Hipotesis ini terkait erat dengan desain sosial, tipe substansial dari cara individu berperilaku atau asumsi atribut internal, interaksionisme representatif berpusat pada gagasan kolaborasi, pada contoh-contoh kuat dari aktivitas sosial dan hubungan sosial.¹²⁴

Dalam gagasan interaksionisme, manusia dan rancangan sosial dikonseptualisasikan dengan cara yang membingungkan, lebih tidak menentu, dan dinamis dibandingkan dengan sudut pandang humanistik pada umumnya. Jadi masyarakat terdiri dari orang-orang yang merespons namun juga melihat, menguraikan, bertindak, dan membuat. Individu bukanlah berbagai karakteristik, namun merupakan penghibur yang dinamis dan berubah-ubah yang secara konsisten menghabiskan waktu untuk berkembang dan tidak pernah sepenuhnya sibuk. Oleh karena itu, masyarakat bukanlah suatu hal statis di luar diri kita yang secara umum mempengaruhi dan

¹²³ Blumer, *Symbolic Interactionism, Perspectives and Methodes*. (California University Press, Berkeley.1969), Hal.269

¹²⁴ Abraham F. *Modern Sociological Theory; An Introduction*. (Oxford: University Press, London. 1982)

membentuk kita, namun pada dasarnya merupakan suatu proses kerja sama. Manusia mempunyai otak dan diri yang tentu saja bukan merupakan substansi mental, melainkan bagian dari siklus sosial yang muncul selama berlangsungnya wawasan dan gerakan sosial. Selain itu, seluruh proses koneksi bersifat simbolis, yang implikasinya dibentuk oleh penjelasan manusia.

Selain itu, pada dasarnya kerjasama sosial adalah jalan menuju aktivitas publik karena tanpa hubungan sosial tidak akan ada hidup berdampingan. Koneksi tersebut terjadi ketika mereka berbicara satu sama lain, bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, mengadakan kontes, pertanyaan, Youthful mengemukakan jenis-jenis siklus sosial berikut: (1) Perlawanan yang mencakup kontes, persaingan dan perjuangan: (2). Kolaborasi yang melahirkan kemudahan dan keterpisahan, yang melahirkan kerangka keberagaman di mata publik.

Herbert Blumer, sebagai salah satu penggagas utama hipotesis interaksionisme simbolik, mengulangi bahwa istilah hubungan perwakilan jelas mengacu pada sifat komunikasi yang luar biasa dan khusus yang terjadi di antara manusia. Kekhasan ini pada hakikatnya terletak pada cara orang mengartikan aktivitas satu sama lain, bukan sekadar merespons aktivitas satu sama lain. Kolaborasi manusia direntang melalui gambaran-gambaran melalui pemahaman atau penentuan arti penting aktivitas orang lain. Syafaat ini disejajarkan dengan keterkaitan sistem pemahaman antara perbaikan dan reaksi terhadap cara berperilaku manusia. Pendekatan interaksionisme simbolik ini lebih menekankan pada orang-orang yang dinamis dan imajinatif dibandingkan metodologi hipotetis lainnya.¹²⁵

¹²⁵ Goerge Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir* (Bantul: Kreasi Wacana, 2008), Hal 81

Menurutnya, semua kerja sama antar manusia mencakup perdagangan gambar. Interaksionisme lambang berfokus pada kerjasama antar manusia, dan bagaimana hal ini dapat dimanfaatkan untuk memahami bagaimana orang lain berkata dan memperlakukan orang lain sebagai manusia.

Para peneliti yang telah menggunakan pendekatan interaksionis dan memberikan komitmen ilmiah termasuk George Herbert Mead, John Dewey, W.I. Thomas, Robert E. Park, William James, Charles Horton Cooley, Florian Znaniecki, James Imprint Baldwin, Robert Redfield dan Louis Wirth. Hipotesis interaksionisme representatif adalah bagian dari hipotesis humanistik yang mengkaji diri sendiri dan orang lain di dunia. Dam Cooley menyebutnya sebagai cermin diri.

Dengan mengetahui interaksionisme sebagai hipotesis, seseorang dapat memahami kekhasan sosial secara lebih komprehensif melalui persepsi individu. Ada tiga premis utama dalam hipotesis ini, yaitu a) Orang bertindak berdasarkan implikasinya; b) pentingnya didapat dari komunikasi dengan orang lain; c) signifikansinya tercipta dan disempurnakan ketika kerja sama dengan pihak lain terjadi.

Hipotesis interaksionisme melihat bahwa “petanda” muncul dari proses kerjasama sosial yang telah dilakukan. Arti penting suatu benda bagi seorang individu berkembang dari cara orang lain bertindak terhadap individu tersebut. Jadi kerja sama simbolis melihat “petanda” sebagai sebuah benda sosial. Sebagai wujud yang dibentuk melalui latihan-latihan yang bercirikan orang-orang ketika berkolaborasi. Pandangan ini menempatkan hipotesis interaksionisme representatif dalam situasi yang sangat jelas dengan konsekuensi yang sangat mendalam.¹²⁶

¹²⁶ Goerge Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir* (Bantul: Kreasi Wacana, 2008), Hal 86

Dalam gagasan *The Mirror Self*, Cooley menyatakan: lembaga yang paling ramah adalah bahasa, keluarga, industri, sekolah, agama, dan peraturan. Meskipun lembaga-lembaga ini terdiri dari "realitas masyarakat saat ini" yang dapat dipelajari oleh tinjauan humanistik, namun lembaga-lembaga tersebut masih belum terealisasi dan dibangun oleh otak publik. Menurut Cooley, institusi-institusi ini juga merupakan hasil dari asosiasi dan kristalisasi pertimbangan yang membentuk jenis adat, kepercayaan, keyakinan, dan opini yang dapat diandalkan.¹²⁷

Oleh karena itu, kemapanan-kemapanan tersebut merupakan manifestasi mental manusia dan dipelihara melalui kecenderungan-kecenderungan jiwa manusia yang seringkali dilakukan tanpa disadari sebagai akibat kedekatannya dengan individu (kesamaan). Seperti yang ditegaskan Cooley, ketika fondasi di mata publik dilihat terutama sebagai manifestasi mental, maka manusia tidak hanya menjadi dampak dari desain sosial, namun di sisi lain adalah pembuat dan pemelihara desain sosial.

Sementara itu, Gillian mengemukakan dua macam siklus sosial yang muncul karena kerjasama sosial, yaitu:

- a. Suatu siklus pengenalan (interaksi afiliasi) yang terbagi menjadi tiga struktur yang tersurat, khususnya: kemudahan, penyerapan, dan asimilasi.
- b. Siklus disosiatif (siklus pemisahan) yang mencakup persaingan dan kontestasi serta perjuangan yang patut dipertanyakan.

Tomatsu Shibutani mengemukakan beberapa desain komunikasi, yaitu:¹²⁸

- a. Kenyamanan dalam keadaan rutin.
- b. Artikulasi pertemuan dan saran.
- c. Kerjasama penting dalam bentrokan.

¹²⁷ Coleman, J. *Foundations of Social Theory*. (Harvard University Press, Cambridge, Mass. 1990)

¹²⁸ Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. (Yogyakarta: LKiS, 2007), Hal.49

d. Kemajuan cara berperilaku massal.

Sementara perubahan yang ideal adalah perubahan yang direncanakan, yaitu perubahan terhadap tatanan sosial yang bergantung pada persiapan matang dari pihak-pihak yang membutuhkan perubahan.¹²⁹ Perubahan yang direncanakan umumnya berada di bawah pengaruh atau manajemen pemecah masalah (perkumpulan yang memerlukan perubahan). Eksekusi rencana perubahan tidak hanya terbatas pada lembaga sosial tertentu. Hal ini juga dapat memandu perubahan pada yayasan sosial lainnya dan pada kelompok masyarakat lain juga.

F. Fenomenologi

Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johan Heinrich. Pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl, istilah fenomenologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *phainomai* yang berarti menampak. Fenomena tidak lain adalah fakta yang disadari dan masuk ke dalam pengindraan manusia. Istilah fenomenologi sendiri tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abad ke-20. Fenomenologi ini dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berfikir, yang mempelajari fenomena manusiawi (*human phenomena*) tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena itu, realitas objektifnya, dan penampakannya.

Menurut *the Oxford English Dictionary*, yang dimaksud dengan fenomenologi adalah *the science of phenomena as distinct from being (ontology), division of any science which describes and classifies its phenomena*. Jadi, fenomenologi adalah ilmu mengenai sebuah fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang telah terjadi, atau disiplin tentang ilmu yang menjelaskan dan mengklasifikasikan mengenai fenomena, atau studi tentang fenomena.

¹²⁹ Suyanto, Bagong & M. Khusna Amal. *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Aditya Media Publishing, 2010. Hal 52

Sedangkan menurut Stanley Deetz, istilah *phainomenon* mengacu pada kemunculan sebuah benda, kejadian, atau kondisi yang dilihat. Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas, berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya.¹³⁰

Tujuan utama dari fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman sebagaimana manusia mengkonstruksi antar makna dan konsep-konsep penting dalam intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain didalamnya.

Proses bagaimana manusia membangun dunianya dijelaskan oleh Alfred Schutz, melalui proses pemaknaan. Proses pemaknaan itu berawal dari arus pengalaman (*stream of experience*) yang berkesinambungan yang diterima oleh panca indera. Arus utama dari pengalaman inderawi ini sebenarnya tidak punya arti, mereka hanya ada begitu saja dan objek-objeklah yang bermakna, mereka memiliki kegunaan-kegunaan, nama-nama, bagian-bagian yang berbeda dan mereka memberi tanda tertentu.

Pengidentifikasian dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna inilah yang terjadi di dalam kesadaran individu secara terpisah dan kemudian secara kolektif, di dalam interaksi kesadaran-kesadaran. Bagian tentang ini adalah suatu bagian dimana kesadaran bertindak (*acts*) atas data inderawi yang masih mentah

¹³⁰ Engkus Kuswarno, *Fenomenologi*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), Hal.2

untuk menciptakan sebuah makna yang terkandung di dalamnya, sehingga bisa melihat sesuatu yang bersifat mendua dari jarak itu, tanpa masuk lebih dekat. Kesadaran bertindak, mengidentifikasikannya melalui suatu proses dengan cara menghubungkan data dengan latar belakangnya.¹³¹

Lebih lanjut, Alfred Schutz menyebutnya dengan konsep motif, yang mana oleh Alfred Schutz dibedakan menjadi dua pemaknaan dalam konsep motif. Pertama, *in order to motive*, kedua, motif *because of motive*. *In order to motive* merupakan motif yang dijadikan pijakan oleh seorang untuk melakukan sesuatu dengan tujuan mendapatkan sebuah pencapaian hasil, sedangkan *because of motive* merupakan motif yang melihat kebelakang. Secara sederhana bisa dikatakan pengidentifikasian masa lalu sekaligus menganalisisnya sampai seberapa memberikan kontribusi dalam tindakan selanjutnya.¹³²

Bertitik pangkal pada pemikiran Schutz yang menekankan pada perbedaan yang dilakukan pada penelitian sosial dan penelitian pengetahuan fisika. Perbedaan ini justru dilakukan dengan langkah menyetaraan taraf berfikir dalam melakukan interpretasi pada dunia yang “kita” sepakati secara umum. Langkah ini tentu saja sangat berbeda dengan penelitian ilmu alam menekankan pada penyelidikan gejala yang terjadi di alam namun justru menggunakan model alat penelitian yang dibangun dari sudut pandang peneliti ilmu pengetahuan alam tersebut. Namun dalam mencoba memahami perilaku, tindakan, maupun pemikiran manusia tentu saja seorang peneliti dituntut secara fleksibel mampu menyesuaikan taraf pemikiran ilmiahnya dengan individu lain yang secara simultan menjadi objek dan subjek peneliti sebagai pihak yang sekaligus

¹³¹ Zainuddin Maliki, *Rekontruksi Teori Sosial Modern*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012), 284-285.

¹³² Tom Campbell, *Tujuh Teori Sosial, Sketsa, Penilaian, Dan Perbandingan*, (Yogyakarta: Kanisius, 1994), 270.

melakukan pemaknaan terhadap tindakannya sendiri. Selanjutnya dalam proses pemaknaan tersebut terjadi suatu kesepakatan yang intinya tidak mau terjebak hanya pada pemikiran ilmiah sosial tetapi lebih pada interpretasi terhadap kehidupan keseharian berdasarkan kesepakatan kita sebagai peneliti dengan “objek penelitian” yang sekaligus sebagai subjek yang menginterpretasikan dunia sosial dalam kerangka besar proses pencarian dalam proses pemahaman terhadap kontruksi makna dari suatu proses yang bernama intersubjektivitas.

Berkaitan dengan pemikiran Schutz di atas dalam menelaah tindakan seseorang yang umum dalam dunia kehidupan tidak dapat lepas dari pengaruh situasi biografinya. Makna yang terbangun dari setiap interaksi yang terbangun tidak lepas dari latar belakang biografis. Proses pemaknaan di atas ini membentuk sistem relevansi yang menjalankan proses interaksi dengan lingkungan. Dengan kata lain, pembentukan relevansi dalam proses interaksi sosial ini dapat dijadikan elemen pembentuk tujuan dalam setiap tindakan sosial yang dilakukan oleh individu. Tujuan pembentukan sistem relevansi dari tindakan yang terkait dengan interaksi sosial ini memberikan pilihan bagi peneliti. Pilihan tersebut berkaitan dengan kesempatan peneliti untuk dapat memfokuskan kajiannya didasarkan sekelompok relevansi keilmuan dengan perilaku dalam kehidupan sehari-hari sekaligus menjadi topik dari sisi kognitif peneliti.¹³³

Fenomenologi agama merupakan studi agama yang membandingkan berbagai fenomena yang sama dari berbagai agama untuk memperoleh prinsip universal. Fenomenologi agama juga berarti ilmu yang mempelajari tentang gejala-gejala dalam agama agar bisa dipahami arti agama tersebut menurut penganutnya. Fenomenologi agama bisa dipahami studi yang mempelajari praktek

¹³³ Goerge Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir* (Bantul: Kreasi Wacana, 2008). Hal 76

keagamaan yang dilakukan oleh umat beragama agar bisa diketahui arti agama penganut agama tersebut.¹³⁴

¹³⁴ Mariasusai Dhavanomy, *Fenomenologi Agama* Terjemahan A. Sudiarja Dkk, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2001), Hal.7.