

POLA, PERILAKU DAN PRAKTEK KOMUNIKASI ISLAM PADA KELOMPOK TRADISIONAL DALAM MENGAKSES MEDIA ONLINE

Dian Marhaeni K

Urip Mulyadi

Universitas Islam Sultan Agung

email: marhaeni@unissula.ac.id

email: oerip@unissula.ac.id

Abstract

This research focuses from the uniqueness and specificity of traditional group communication in accessing online media. By using qualitative descriptive analysis the researcher reveal the phenomenon of Islamic behavioral pattern, behavior and practice of communication in traditional group.

Theoretical studies were conducted by exploring theories about communication patterns, communication behavior and Islamic communication practices from various sources. The research method is done by appointing informants according to the criteria and objectives of the research and selecting groups of informants by purposive and snowball system. Primary data experience the process of reduction and presentation of data with Miles and Huberman analysis to get good data quality.

This study resulted in the conclusion that there are two-stage communication pattern for certain types of communication, the centralistic communication pattern and the wheel network. There is a strong client-client relationship in this group. The relationship affects content and communication behavior in online media. A future recommendation for subsequent research is to focus on the traditional group communication behavior in business and sales transactions.

Keywords: Communication pattern, communication behavior, Islamic communication practice.

Abstrak

Penelitian ini berfokus dari keunikan dan kekhususan komunikasi kelompok tradisional dalam mengakses media online. Dengan menggunakan analisis kualitatif deskriptif peneliti mengungkap fenomena pola, perilaku dan praktik komunikasi Islam di kelompok tradisional.

Kajian teoritik dilakukan dengan menggali teori tentang pola komunikasi, perilaku komunikasi dan praktik komunikasi keislaman dari berbagai sumber. Adapun metode penelitian dilakukan dengan menunjuk informan sesuai kriteria dan tujuan penelitian dan memilih kelompok informan dengan cara purposive dan sistem snowball. Data primer mengalami proses reduksi dan penyajian data dengan analisis Miles dan Huberman untuk mendapatkan kualitas data baik.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat pola komunikasi 2 tahap untuk jenis komunikasi tertentu, pola komunikasi sentralistik dan jaringan roda. terdapat hubungan patron klien yang masih cukup kuat di kelompok ini. Hubungan tersebut mempengaruhi konten dan perilaku komunikasi di media online. Rekomendasi ke depan untuk penelitian berikutnya adalah agar difokuskan untuk meneliti perilaku komunikasi kelompok tradisional dalam bidang bisnis dan transaksi penjualan.

Kata kunci: Pola komunikasi, perilaku komunikasi, praktik komunikasi Islam.

Pendahuluan

Latar belakang Masalah

Permasalahan pola dan perilaku komunikasi timbul di saat individu menghadapi kelompok masyarakat yang unik. Komunikasi bisa berlangsung efektif di kelompok satu tetapi bisa jadi terjadi hambatan komunikasi

di kelompok yang berbeda. Beberapa hambatan komunikasi yang sering timbul diantaranya apa yang disebut hambatan fisik, seperti suara bising, lampu padam, gaduh dan lain-lain. Kedua adalah hambatan semantik, adalah hambatan yang berkaitan pemahaman makna bisa dikarenakan bahasa,

logat atau aksen yang berbeda. Ketiga adalah hambatan psikologis, yang bisa dikarenakan individu tidak fokus, bingung, tidak paham dan lain-lain. (Deddy Mulyana, 2005)

Terdapat pola dan perilaku dan praktek komunikasi yang berbeda dan khas pada tiap-tiap kelompok. Kelompok tradisional misalnya, adalah kelompok yang basisnya adalah masyarakat perkampungan yang tradisional sudah ada di suatu wilayah secara turun temurun. Mereka bukan dari komunitas tertentu seperti perumahan atau pemukiman baru. Ciri khas kelompok tradisional ini adalah terikat dengan akar budaya tradisional yang kuat, dan terbentuknya kelompok alamiah. Salah satu contoh adalah jamaah taklim pengajian kelompok ibu-ibu yang sudah terbentuk secara turun temurun.

Adapun ciri tradisional ini tidak murni lagi pada kelompok ini. Hal ini dikarenakan tuntutan jaman dan tuntutan komunikasi dengan menggunakan media pembantu seperti telepon seluler. Demikian juga dalam hal pengelolaan kelompok, untuk memenuhi kebutuhan pelayanan sosial maka dibentuk pengurus, dan ditunjuk seorang ketua. Pada awalnya kelompok terbentuk karena kesepakatan bersama berdasarkan komitmen untuk beribadah dan menuntut ilmu.

Kegiatan utama kelompok tradisional ini berupa pengajian, ritual budaya, ritual keagamaan dan lain-lain. Namun demikian, kegiatan menjadi berkembang ke dalam hubungan sosial yang lebih mendalam misalnya, arisan, menabung, peminjaman, membesuk orang sakit, tasyakuran, peringatan hari besar agama, ziarah, pemberian santunan, bekerja sama dengan kelompok tradisional yang lain dalam suatu acara dan lain-lain..

Pola komunikasi merupakan bentuk komunikasi yang dilihat dari hubungan antar masing-masing anggota kelompok. Pola komunikasi dapat dilihat dari hubungan antar komponennya, jaringan komunikasinya,

hubungan timbal balik yang terjadi, tahap yang dilalui, dominasi yang mewarnai dan lain-lain. Dengan melihat pola hubungan, pengambil keputusan atau pihak yang terkait dalam menyusun program komunikasi akan memetakan dengan akurat, sehingga diharapkan tujuan komunikasi akan efektif. Komunikasi dikatakan efektif apabila pesan komunikasi yang sudah dirancang oleh komunikator atau *source*-nya mampu dipahami seperti apa yang diinginkan.

Sedangkan perilaku komunikasi menggambarkan bagaimana receiver atau penerima pesan komunikasi memiliki tindakan atau aktifitas khusus dalam memperlakukan media ataupun pesan komunikasi yang sampai kepadanya. Pemahaman perilaku komunikasi dalam suatu kelompok akan mampu memberi masukan pengambil kebijakan tentang perilaku khusus penerima pesan dalam kelompok tersebut. Misalnya anggota kelompok bersikap *resisten* atau menolak kepada informasi yang disampaikan dari teman sesama anggota kelompok, tetapi akan *adopted* jika disampaikan oleh ketua kelompoknya.

Adapun praktek komunikasi berkaitan langsung dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan anggota kelompok dalam kehidupan sehari-hari. Setiap kegiatan kelompok yang memungkinkan terjadinya proses pengoperan pesan itulah komunikasi. Atau setiap tindakan yang disengaja atau tidak yang memungkinkan dimaknai sebagai proses pengoperan pesan oleh receiver atau penerima disebut sebagai tindakan komunikasi.

Praktek komunikasi religius atau komunikasi dalam konsep keislaman kemungkinan secara tidak langsung sudah dipraktikkan dalam interaksi sehari-hari. Namun bagaimanakah konsep komunikasi keislaman dipraktikkan dalam kelompok tradisional. Kelompok tradisional merujuk pada kelompok masyarakat yang tinggal dan membentuk kelompok dengan basis

ritual keagamaan yang kuat. Selain konsep agama kelompok tradisional juga memiliki kebiasaan ritual adat yang sangat ketat dengan komitmen budaya yang kuat. Ritual semacam sedekah bumi, nyadran, selamatan adalah ritual khas sebagai wujud implementasi komunikasi.

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi berupa smartphone yang merambah kawasan perkampungan dan sebagai fenomena menarik kelompok ikut mewarnai interaksi dan komunikasi anggota kelompok. Pada kelompok khas yang unik tentu akan memberikan keunikan juga dalam perilaku mengakses komunikasi di media online. Media online memberikan hampir semua fasilitas kebutuhan hidup manusia. Dalam kehidupan kelompok tradisional mereka pun memanfaatkan media ini.

Mengungkap pola dan perilaku komunikasi juga praktek komunikasi keislaman pada kelompok tradisional akan memberikan informasi kepada masyarakat, tentang keunikan dan kekhasan masing-masing kelompok dalam berkomunikasi. Harapannya pengambil kebijakan dapat menyusun program komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan perilaku anggota kelompoknya. Demikian juga penerapan praktek komunikasi Islam dalam menjalin hubungan dengan kelompok yang lebih kondusif perlu masukan dan perbaikan secara terus-menerus agar hambatan komunikasi seminimal mungkin bisa dinetralisir.

Terutama berkaitan dengan media baru atau media online bagaimana perilaku kelompok tradisional mengakses media tersebut. Mengingat media online dipakai terutamanya sebagai pendukung dalam berkomunikasi. Bagaimana perannya dalam mendukung hubungan sosial kelompok tradisional dan bagaimana konten dapat diterima oleh kelompok tersebut.

Kesenjangan muncul manakala media online dengan pengguna komunitas muda (Data Kominfo) merupakan media potensial

untuk berkarya, dengan akses cepat dan konten kreatif sangat cocok untuk kalangan dinamik dengan kreatif. Bagaimana itu dikonsumsi oleh kelompok tradisional, bagaimana pola, perilaku dan praktik komunikasi religius Islam dipraktikkan disana?

Penelitian pendahulu yang mengilhami peneliti pada permasalahan ini dilakukan oleh Ditha Prasanti, Kismiyati el Karimah pada tahun 2016 dengan berjudul *Health Communication in using traditional medicine in the digital age: Qualitative descriptive study of Health communication in use traditional medicine as a healing media in the digital age*. Penelitian ini berkaitan dengan penggunaan media online dalam mengoptimalkan sesuatu yang bersifat tradisional. Penelitian kedua adalah tentang perilaku masyarakat dalam mengakses media online dilakukan dikalangan mahasiswa dengan judul *Motif dan tingkat kepuasan mahasiswa dalam mengakses website media online kapanlagi.com yang dilakukan Murti Kurnia Dewi pada tahun 2016*. Dan penelitian tentang media tradisional dan media online dilakukan oleh Farida dan Sari dilaksanakan tahun 2015.

Rumusan Masalah

Karena permasalahan inilah maka peneliti termotivasi untuk mengungkap lebih jauh Bagaimana Pola, Perilaku dan Praktek Komunikasi Islam pada Kelompok Tradisional dalam Mengakses Media Baru yaitu Media Online.

Kerangka Teoritik

Pola Komunikasi

Pola Komunikasi adalah suatu bentuk bagaimana proses komunikasi itu berlangsung dalam level hubungan individu secara langsung, hubungan individu dalam suatu kelompok, organisasi, atau hubungan dalam mengakses sebuah media di tingkat massa. Pola komunikasi diartikan oleh Djamarah, (2004:1) sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses

pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Harold D Laswell mendefinisikan pola komunikasi berdasarkan komponen komunikasi meliputi:

- Pengirim atau komunikator yang sering disebut sebagai sender. Sender adalah pihak yang menciptakan pesan dan mengirimkan pesan.
- Pesan atau message adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
- Saluran atau channel adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan.
- Penerima dan Komunikan atau receiver adalah pihak yang menerima pesan dari sumber komunikasi.
- Umpan balik atau feedback adalah tanggapan dari penerima pesan dari pesan yang sudah disampaikan oleh sumber komunikasi atau komunikator

Pola komunikasi juga dapat dipahami berdasarkan fase tahapannya. Berdasarkan tahapannya dikenal:

- Komunikasi satu tahap (One step Flow) adalah proses komunikasi di mana saluran media massa langsung dipahami oleh komunikan massa tanpa melalui perantara orang ketiga. Pesan tidak seluruhnya mencapai komunikan dan komunikasi tidak menumbuhkan efek yang sama.
- Dalam model satu tahap media dianggap tidak memiliki efek yang hebat. Aspek pilihan dari penampilan, penerimaan, dan penahanan dalam ingatan selektif mempengaruhi suatu pesan. Pada setiap komunikasi akan didapat efek yang berbeda. Model satu tahap memberi keleluasaan kepada saluran komunikasi massa untuk memancarkan efek komunikasi secara langsung.
- Komunikasi dua tahap (Two Step Flow) Konsep komunikasi dua tahap berasal dari Lazarsfeld dan Gaudet (1948),

mereka melakukan suatu penelitian tentang komunikasi. Hasil penelitian ini memberikan anggapan bahwa ide-ide sering kali datang dari media radio dan surat kabar yang ditangkap oleh pemuka pendapat. Model komunikasi dua tahap dalam prosesnya berlangsung dua tahap. Tahap satu: dari media massa kepada orang-orang tertentu diantara pemuka pendapat yang bertindak selaku gate keeper. Dari sini pesan-pesan media massa disampaikan kepada anggota-anggota pemuka pendapat yang lain sebagai tahap kedua. Tahap kedua pesan-pesan media akhirnya mencapai seluruh penduduk.

Pada kebanyakan komunikasi massa tampak bahwa sebuah pesan laju dari sumbernya yaitu komunikator, melalui saluran media massa menuju komunikan sebagai pihak penerima, yang kemudian menjadi kebalikannya memberi tanggapan kepada pesan dan kepada orang-orang yang berinteraksi dengannya (Efendy:2005). Asumsi-asumsi yang melatarbelakangi komunikasi dua tahap adalah:

Asumsi- asumsi yang melatar belakangi model komunikasi dua tahap adalah:

- Warga masyarakat pada dasarnya tidak hidup terisolasi, melainkan aktif berinteraksi satu sama lainnya dan menjadi anggota dari satu atau beberapa kelompok sosial.
- Tanggapan dan reaksi terhadap pesan-pesan media massa tidak terjadi secara langsung dan segera. Tetapi melalui perantara yaitu hubungan-hubungan sosial.
- Pemuka pendapat umumnya merupakan sekumpulan orang yang aktif yang menggunakan media massa serta berperan sebagai sumber dan rujukan informasi yang berpengaruh.

Kekuatan komunikasi dua tahap karena membantu kita dalam memusatkan perhatian atas adanya hubungan yang

komplementer atau saling melengkapi antara komunikasi massa dengan komunikasi antara pribadi. Dalam komunikasi dua tahap juga terdapat cara-cara berkomunikasi tatap muka yang dipandang mempunyai peranan penting dalam setiap situasi komunikasi, terutama pada masyarakat di Negara Timur. Komunikasi tahap ini juga memberi kerangka konseptual yang dapat dipakai guna meneliti gejala-gejala komunikasi yang bersifat kompleks. Model ini juga memperlihatkan dua hal yang menonjol. Yaitu memberikan perhatian khusus pada peranan pemuka pendapat sebagai sumber informasi.

Namun demikian komunikasi dua tahap mempunyai kelemahan diantaranya bahwa individu yang dinyatakan aktif adalah pemuka pendapat sedangkan masyarakat lain dinyatakan pasif. Kegiatan pemuka pendapat dianggap sebagai usaha untuk memperoleh kesempatan berperan sebagai pemrakarsa komunikasi. Namun begitu ada juga pemuka pendapat yang berlaku pasif. Selain jenis komunikasi satu tahap dan dua tahap dikenal juga komunikasi banyak tahap.

Pola komunikasi lainnya dapat dilihat dari bagaimana hubungan antara komunikator dan komunikannya. Yaitu pola komunikasi simetris dan pola komunikasi Asimetris. Pola komunikasi atau pola hubungan dicirikan oleh komplementaris dan simetris. Dalam hubungan komplementer satu bentuk perilaku dominan dari satu partisan mendatangkan perilaku tunduk dan lainnya. Dalam simetri tingkatan sejauh mana orang yang berinteraksi atas dasar kesamaan. Dominasi bertemu dengan dominasi dan kepatuhan bertemu dengan kepatuhan. (Tubbs, Moss, 2001:26)

Adapun pola komunikasi keluarga menurut Josept A De Vito (2007:277-278) adalah:

- Pola keseimbangan, artinya pola ini menggambarkan anggota keluarga dalam posisi seimbang atau tidak ada salah satu yang mendominasi komunikasi.

- Pola keseimbangan terbalik, yaitu pola dimana-anggota keluarga mempunyai orientasi diatas daerah dan wewenang yang berbeda. Masing-masing anggota keluarga adalah pembuat keputusan. Konflik yang terjadi antara keduanya dianggap bukan ancaman karena keduanya memiliki keahlian sendiri-sendiri untuk menyelesaikannya.
- Pola pemisah tidak seimbang Dimana anggota keluarga ada salah satu yang mendominasi.
- Pola Monopoli Suami istri sebagai anggota keluarga menganggap dirinya sebagai penguasa. Sehingga keduanya punya perilaku menasehati daripada berdiskusi.

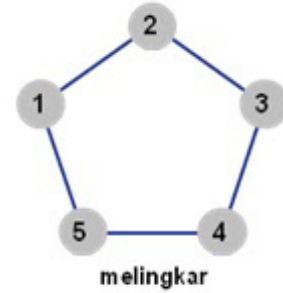
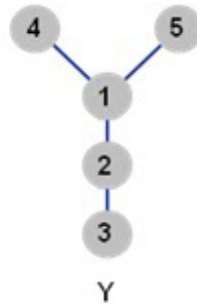
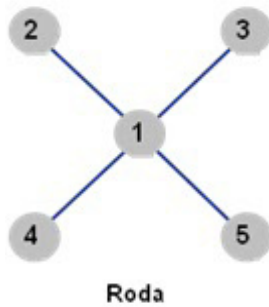
Pola Komunikasi berdasarkan Penggunaan Mediana

1. Pola Komunikasi Primer Ada pola komunikasi dimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikandengan menggunakan symbol sebagai media atau saluran. Baik itu berupa symbol verbal (symbol dalam bentuk bahasa lisan atau tulisan) dan symbol non verbal yang berupa isyarat non bahasa lisan dan tulisan. Contoh bahasa nonverbal adalah gambar, sandi, lirikan mata dan lainnya.
2. Pola Komunikasi Sekunder Pola komunikasi sekunder adalah komunikasi yang dilakukan dengan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambing sebagai media yang pertama. Dalam hal ini komunikator lebih detail tentang komponen dalam proses komunikasi. Memahami siapa komunikannya, media apa yang dipakai, target apa yang diinginkan. Komunikand media surat, poster atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikand surat kabar, radio, televisi atau film. Dengan demikian proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa

(mass media) dan media nir massa atau media non massa (Effendy: 2005:11)

Pola Komunikasi berdasarkan jaringannya. Jaringan komunikasi adalah merujuk pada pemahaman siapa berbicara dengan siapa atau kepada siapa (Beebe dan Masterson, 1994). Model Jaringan Komunikasi.

- Jaringan komunikasi roda
Pada Model Jaringan Komunikasi Roda,



masing-masing individu sebagai anggota kelompok hanya dapat melakukan komunikasi terpusat atau hanya kepada pimpinan ia bisa berkomunikasi. Masing-masing individu tidak terhubung sama sekali.

- Jaringan Komunikasi Rantai
Pada Jaringan Komunikasi rantai, masing-masing anggota kelompok hanya dapat berkomunikasi dengan teman kiri dan kanannya.
- Jaringan Komunikasi Y
Pada jaringan komunikasi Y, hanya beberapa orang yang mampu berbicara dengan pusat komunikasi. Selainnya hanya berkomunikasi lewat satu orang saja dan tidak bisa langsung berkomunikasi di tingkat pusat.

- Jaringan Komunikasi Lingkaran
Pada pola jaringan lingkaran masing-masing anggota kelompok hanya bisa berkomunikasi dengan 2 orang disampingnya tetapi masing-masing dari teman terhubung dengan teman lainnya.
- Jaringan Komunikasi Bintang
Pada jaringan bintang saluran komunikasi terbuka ke setiap anggota kelompok.

Perilaku Komunikasi

Perilaku komunikasi adalah tindakan individu dalam berkomunikasi. Baik itu dalam berkomunikasi bermedia ataupun tanpa media. Atau dilakukan secara verbal maupun non verbal. Perilaku komunikasi bisa juga dilihat dalam konteks tinggi maupun konteks rendah. Perilaku komunikasi anggota kelompok dalam suatu kelompok bisa berbeda dengan anggota kelompok lain. Demikian juga agar berbeda dalam perilaku mempergunakan media. Perilaku menggunakan media konvensional berbeda dengan perilaku menggunakan media online.

Perilaku seseorang dipengaruhi oleh beberapa kebutuhan untuk mencapai tujuan atau tujuan akhir yang paling disukai dari suatu objek. Perilaku itu terjadi karena adanya dorongan-dorongan yang kuat

dari diri dalam diri seseorang itu sendiri yang difikirkan, dipercayai dan apa yang dirasakan. Dorongan-dorongan itu yang disebut motivasi. (Moefad:2007) Motivasi adalah faktor yang menyebabkan suatu aktifitas tertentu menjadi dominan jika dibandingkan dengan aktifitas-aktifitas lainnya. Tingkah laku seseorang dipengaruhi oleh dua motivasi, yaitu motivasi positif dan motivasi negatif. Motivasi ini mendorong manusia untuk bergerak mendekati objek atau kondisi yang diinginkan atau hasrat dan kebutuhan.

Media Online

Media Online adalah media yang berbasis pada jaringan kompuetr internet dalam pengoperasiannya. Ada beberapa pengertian tentang media online.

- Media online (online media) adalah media massa yang disajikan secara online pada situs layanan internet.
- Media online adalah media massa generasi ketiga setelah media cetak dan media elektronik radio, televisi dan film.
- Media online merupakan produk jurnalistik online atau cyber journalism
- Media online berbasis telekomunikasi dan multimedia.
- Isi media Online berupa teks, audio, visual, dan audio visual
- Akses media online berupa computer, note book, smartpone dan lain-lain.

Karakteristik media online

- Jangkauan Global
- Kecepatan
- Daya tampung
- Aktualitas
- Interaktif
- Cakupan dokumen

Keunggulan Media Online

Keunggulan jurnalisme online dikemukakan secara detail oleh James C.Foust

- *Aaudiense Control: Audiens lebih leluasa memilih berita*

- *Nonlienarity: Tiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri dan tidak berurutan*
- *Strorage and Retrieval: Berita tersimpat dan dapat diakses kembali dengan mudah*
- *Unlimited Space: Memungkinkan jumlah berita jauh lebih lengkap disbanding media lainnya.*
- *Immediacy: Cepat dan Langsung.*
- *Multimedia Capability: Bisa menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lain dalam berita.*
- *Intreractivity: Memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca. Fasilitas media online seperti sosial media.*

Komunikasi Islam

Bahasa adalah media komunikasi verbal. Bahasa adalah alat komunikasi antar manusia W.J.S.Poerwodarminta mengartikan bahwa bahasa sebagai system dari lambang, tanda yang berupa sembarang bunyi. (Poerwodarminta, 1984) Bahasa dapat dikatakan sebagai alat (media) untuk mengungkapkan tujuan dan pikiran seseorang kepada orang lain yang ada disekelilingnya, baik berupa symbol bunyi dalam bentuk ujaran maupun symbol huruf dalam bentuk tulisan. (Schrack dalam Taufik :2012:152)

Prinsip bahasa sebagai media komunikasi tampak digambarkan dalam Al Quran saat Musa AS diututs untuk menghadap Firaun.Ia meminta kepada Allah SWT untuk ditemani Harun AS yang memiliki kecakapan berbicara melebihi dirinya. “Dan saudaraku Haruan, dia lebih fasih lidahnya daripada aku, maka utuslah dia bersamaku sebagai pembantuku untuk membenarkan (perkataan)ku, sungguh aku takut mereka akan mendustakanku”.(QS Al Qasaas (28):34)

Selain itu Al Quran juga memperhatikan pemilihan penggunaan kosakata, sering ada pernyataan koreksi dari Al Quran atas penggunaan kata-kata yang awalnya dilarang menggunakan kata tersebut dan

digantinya dengan kata lain. “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu katakana Raina tetapi katakanlah, Unzurna, dan dengarkanlah. Dan orang-orang kafir akan mendapat azab yang pedih.” (QS Al Baqarah (2):104)

Selain bahasa surat adalah media komunikasi. Dalam sejarah Islam sudah menjadi kebiasaan komunikasi antara raja-raja menggunakan surat sebagai medianya. Kisah nabi Sulaiman AS menjelaskan proses komunikasi antara dirinya dengan ratu Bilqis. “Pergilah dengan (membawa) suratku ini, lalu jatuhkanlah kepada mereka, lalu perhatikanlah apa yang mereka bicarakan.

Dalam tradisi Islam juga dikenal konsep komunikasi dialogis (Istifham). Istifham atau kalimat Tanya banyak ditemukan di dalam surat Al Quran yang intinya mencerminkan komunikasi dua arah atau dialog. “Tahukah kamu orang yang mendustakan agama?” (QS AL Mukminun(107):1). Melalui kalimat dengan pola Tanya, Al Quran berdialog dengan manusia dan dengan Nabi SAW, mengarahkan pandangan, mengajak untuk memikirkan dan memerhatikan sesuatu serta mengajak untuk melihat nikmat Allah SWT. (Dalam Taufik:2012:160)

Komunikasi dialogis merupakan konsep komunikasi yang harus dijunjung tinggi, ia lebih bernurani, manusiawi. Hamid Mowlana kurang mendukung media massa (pers) dalam konteks dakwah. Baginya pers hanya dapat membantu dakwah, dengan alasan secara historis, Islam dikomunikasikan dengan media-media tradisional, seperti masjid dan majelis taklim. (Ibid:161)

Selanjutnya dalam komunikasi Islam konsep berkomunikasi dengan benar adalah pondasi berkomunikasi. Prinsip Qoulun sadidan harus dijunjung tinggi dalam melakukan praktik komunikasi. Al-Quran mengemukakan berbagai konteks komunikasi yang secara kondisional merupakan wilayah rawan penyimpangan komunikasi. Ada dua pernyataan ayat yang berbicara tentang

kebenaran isi komunikasi, yaitu QS An Nisa (4):9 dan QS Al Ahzab (33):70

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang yang sekiranya meninggalkan keturunan yang lemah dibelakang mereka, yang mereka khawatir terhadap kesejahteraan mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar” (QS An Nisa(4):9)

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.” (QS Al Ahzab (33):70)

Selain berkata benar, Islam mengajarkan agar dalam berkomunikasi, actor komunikasi hendaklah berkata lemah lembut atau qowlan makrufan. Dalam Al Quran surat An Nisa disebutkan “dan apabila sewaktu pembagian warisan itu hadir beberapa kerabat, anak-anak yatim dan orang-orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu sekedarnya dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.” (QS An Nisa (4):8)

“Maka berbicaralah kamu berdua kepada Firaun dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah mudahan dia sadar atau takut” (QS Taha (20):44)

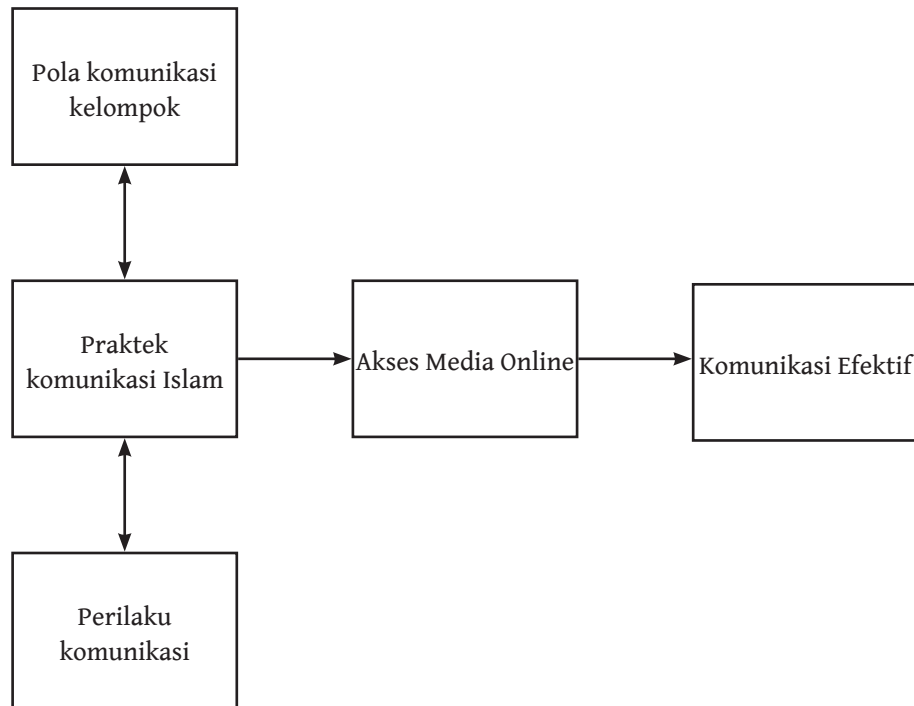
“Dan bertutur katalah yang baik kepada manusia” (QS Al Baqarah (2):83)

“Dan berilah mereka nasehat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas dalam jiwanya.” (QS An Nisa (4):63)

“Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut” QS Al Isra (17):28)

Semua penyifatan perkataan yang baik dan mulia dalam Al Quran tersebut menunjukkan komunikasi dengan memperhatikan nurani dan perasaan komunikan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat tempat berlangsungnya kegiatan komunikasi.

Kerangka berpikir



Pembahasan

Temuan

Dalam penelitian ini informan adalah anggota kelompok tradisional, maka peneliti menggunakan beragam sumber data yang tersedia, jadi satu data yang sama tidak dicari dari beberapa sumber data. Namun peneliti mencari dan berfokus pada variasi data dan keunikan data.

Anggota kelompok tradisional yang tinggal di wilayah kalurahan Gedawang Semarang berjumlah 109 ibu-ibu yang tergabung dalam kelompok taklim. Mereka bertemu untuk melakukan kegiatan taklim setiap malam minggu dan dilakukan secara rutin. Karena mereka bertemu secara rutin ketua kelompok tidak perlu lagi menginformasikan kepada anggota, namun cukup diinformasikan melalui pengeras masjid. Pada pertemuan yang dilakukan bergilir dari rumah kerumah mereka bertemu, saling bercerita dan berbagi kabar. Disamping acara inti adalah taklim.

Dalam keseharian mereka melakukan komunikasi dalam berbagai ajang silaturahmi. Silaturahmi dilakukan ketika mereka bertemu berbelanja, bertamu ke

tetangga atau *sonjo*, ketika pengajian rutin tingkat RT atau RW, arisan RT atau RW, atau ketika bekerja bakti, dalam perhelatan hajat warna, keluarga yang tertimpa lelayu atau kematian. Dilingkungan tradisional berita dan informasi cepat tersebar dari mulut ke mulut.

Sebagian anggota kelompok ini bekerja di ladang, atau sawah, berjualan di rumah, bekerja di pabrik, ibu rumah tangga atau istri pegawai dan beternak sebagai sambilan. Dalam keseharian anggota kelompok sudah cukup sibuk dengan berbagai aktifitas pekerjaan dan rumah tangga. Unikny para pekerja diladang ini tidak ketinggalan informasi akan kondisi warganya. Seperti mengetahui kapan arisan RT dilaksanakan, siapa yang akan punya hajat atau siapa yang sedang sakit. Di pemukiman kampung yang penduduknya relatif tersebar ternyata distribusi informasi cukup pesat.

Dalam kepemilikan alat komunikasi Sebagian anggota kelompok memiliki alat komunikasi HP dengan teknologi smart phone yang bisa digunakan untuk menyebarkan dan bertukar informasi. Anggota kelompok memanfaatkan HP yang sudah terhubung dengan internet atau

media online. Terbukti beberapa informasi tersebar melalui sosial media. Dan pemilik smart phone ini yang akan menyebarkan informasi dari sosial media.

Media smartphone digunakan oleh anggota untuk menyebarkan informasi dan bertukar informasi yang harus cepat terdistribusi. Media juga digunakan untuk sarana berjualan dan digunakan untuk membuka informasi produk dan berbelanja. Informan menyatakan bahwa meskipun dikelompok tradisional yang hubungan antara adat, agama dan lingkungan budaya yang cukup ketat, namun penggunaan teknologi komunikasi seperti media online di smartphone mereka sudah dikuasai. Dengan fasilitas media sosial mereka tetap bersilaturahmi.

Analisis Hasil Penelitian

Teknik analisis dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif (Miles & Huberman, dalam Sutopo, 2002, hal: 186). Dalam model analisis ini, tiga komponen analisisnya yaitu reduksi data, sajian data, dan penarikan simpulan atau verifikasi, aktifitasnya dilakukan dalam bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data sebagai proses siklus. Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data dari catatan lapangan. Proses ini berlangsung selama pelaksanaan penelitian. Reduksi data dilakukan dengan membuat ringkasan dari catatan lapangan. Peneliti juga membuat koding, memusatkan tema, menentukan batas-batas permasalahan, dan juga menulis memo. Sedangkan sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan.

Sajian data selain dalam bentuk narasi kalimat, juga matriks, gambar atau skema, jaringan kerja keterkaitan kegiatan dan tabel. Adapun simpulan dan verifikasi dilakukan sejak awal pengumpulan data dengan melakukan pencatatan peraturan-

peraturan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi yang mungkin, arahan sebab akibat dan berbagai proposisi. Simpulan perlu diverifikasi agar benar-benar bisa dipertanggungjawabkan dengan dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali dengan cepat atau dilakukan diskusi.

Dalam melakukan proses siklus ini peneliti aktivitasnya tetap bergerak di antara komponen analisis dengan pengumpulan datanya selama proses pengumpulan data masih berlangsung. Kemudian peneliti hanya bergerak di antara tiga komponen analisis tersebut sesudah pengumpulan data selesai.

Berdasarkan temuan riset diatas dapat dianalisis sebagai berikut.

Pola komunikasi kelompok tradisional dalam menggunakan media online adalah komunikasi dua tahap dan banyak tahap. Salah satu informan berada dikomunikasi dua tahap dimana informan sudah sangat fasih dalam teknologi dan memahami pesan di media online karena sudah mampu bertukar informasi dan memanfaatkannya untuk transaksi dan berdagang. Salah satu infoman menggunakan komunikasi berpola dua tahap dan banyak tahap dimana dia belum memahi sepenuhnya dan butuh orang kedua, ketiga atau bahkan keempat untuk menjelaskan pesan di media online tersebut.

Ditinjau dari sifatnya informan juga menggunakan tipe komunikasi sekunder dimana informan harus dibantu oleh perantara media dalam mengakses informasi. Informan juga menggunakan tipe komunikasi verbal dan jaringan komunikasi roda.

Perilaku komunikasi mereka dalam mengakses media online adalah untuk komunikasi, mencari hiburan, berjualan dan berdagang.

Praktek komunikasi Islam dilakukan oleh kelompok tradisional dengan menggunakan media online untuk saling bertegur sapa. Mengucap salam secara lengkap dalam kiriman di media sosial dan

saling mengirimkan pesa-pesan religius baik berupa kisah tauladan, cuplikan hadist atau firman Allah dalam Al Quran yang dikirimkan secara Tematik.

Hal yang menarik dari komunikasi kelompok adalah kekuatan *patron klien* yang spesifik karena komunikasi cenderung sentralistik dilihat dn pola dan jaringan komunikasinya.

Kesimpulan

1. Pola Komunikasi yang dilakukan oleh kelompok tradisional di Gedawang Semarang adalah pola komunikasi dua tahap dan banyak tahap. Terdapat juga pola komunikasi primer dan komunikasi verbal dengan jaingan komunikasi berbentuk Roda.
2. Perilaku komunikasi yang dilakukan oleh kelompok tradisional di Gedawang dalam mengakses media online adalah dengan menggunakannya sebagai media mencari dan menyebarkan informasi, mencari hiburan, dan sarana untuk transaksi berjualan dan mencari produk. Dan hubungan patron klien yang kuat dan spesifik.
3. Praktek komunikasi Islam kelompok tradisional Gedawang Semarang adalah dengan mempraktekkan konten keislaman dalam hubungan komunikasi di media online.

Saran

1. Saran untuk pengembangan riset kedepan akan menarik apabila dibatasi konten media online dengan konten promosi produk dan pemanfaatan media online untuk kebutuhan transaksi belanja dan transaksi dagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran, Al-Karim, 2017, Terjemah, Pustaka Toha Putra, Semarang.
- Beebe, Steven A, 2007, *Interpersonal Communication*, USA, Pearson Deddy Mulyana, Deddy, 2003, *Etika Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- , 2007, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya,
- Djamarah, Syaiful Bahri, 2001, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak*.
- Effendy, Uchjana, Onong, 2008, *Dinamika Komunikasi*, Bandung, Penerbit Remaja Rosda Karya Bandung.
- Payne, Malcolm, 1986, *Social care in The Community*, London: MacMillan.
- DeVito, Joseph A. 2002, *Essentials of human communication: 5th edition*. Pearson Educations, Inc.
- Devito, Joseph A, 2015, *Interpersonal Communication book*.
- Littlejohn, W, Stephen, 2017, *Theories of Human Communication*, Albuquerque, New mexico, copyright.
- Moefad, AM, 2007, *Perilaku Individu Dalam Kajian Komunikasi Sosial*, Jombang, ElDeHa Press.
- Sutopo, H.B. (2002), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Surakarta, Universitas Sebelas Maret Press.
- Tata Taufik, *Etika komunikasi Islam*, Bandung, Pustaka Setia, 2012
- Yin, R.K. *Case Study Research: Design And Methods*. Beverly HillsCA.: Sage Publications, 1987