

Kalijaga

Journal of Communication

Vol. 3, No. 2 (2021)

Analisis Semiotika Penggambaran Perempuan Bercadar
dalam Film Pendek *Menjadi Aku Tak Harus Kaku*
Muhamad Lutfi Habibi

Jurnalisme Dakwah di Media *Online*
(Framing Rubrik Feature *Hidayatullah.com*)
Eko Wahyudi, Dina Nakita, Septyan Dwi Nuryanto

Problematika Perempuan Karier di Era Modern: Analisis Semiotika Roland
Barthes dalam Film Hanum dan Rangga: *Faith and The City*
Fikriyatul Islami Mujahidah

Komunikasi Kebijakan Publik dalam Implementasi
Program E-Parking Kota Medan
Zoraya Alfathin Rangkuti, M. Ridwan Rangkuti

Resepsi Audiens pada Personal Branding
Habib Husein Jafar di Youtube Channel "Jeda Nulis"
Atin Nurul Hidayah, Ageng Widodo

Efektivitas Komunikasi dalam Kebijakan Perkuliahan Jarak Jauh:
Analisis Isi Kualitatif Perkuliahan Daring
di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga
Ihya' Ulumuddin



Kalijaga Journal of Communication
Vol. 3, No. 2, 2021

Kalijaga Journal of Communication

Kalijaga Journal of Communication is an academic journal published by the Communication Study Program of the Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University, Yogyakarta. Kalijaga Journal of Communication always places studies related to Islamic broadcasting and journalism as the main focus on academic inquiry and invites comprehensive observations of multidisciplinary studies. The journal, which functions as a forum for the study of Islamic broadcasting in Indonesia and other parts of the world in a challenging local and global context, supports studies that focus on specific themes and studies across disciplines. Subjects include textual studies and fieldwork with a media development perspective.

Indonesian and non-Indonesian scholars have enriched studies published in journals. Even though the Kalijaga Journal of Communication has not delivered quality scientific articles since the beginning, the improvement - in terms of format, style and academic quality - never stops. Although the main language used

in writing articles is Indonesian, these articles can be published in English. With a fair peer-review procedure, the Kalijaga Journal of Communication continues to publish research and studies related to Islamic broadcasting studies with various dimensions and approaches.

Kalijaga Journal of Communication, published twice a year in June and December, is a journal for the study of Islamic broadcasting studies. Contains writings that summarize the results of research and conceptual thoughts in the field of Islamic broadcasting and journalism. This publication is available in two versions: print and electronic. The Print version is sold for a price. For details on purchases and subscriptions, contact the Editorial and Distribution Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta, Islamic Broadcasting Communication Study Program. The electronic version (PDF) is openly accessible and free without the need for a subscription. This open access is expected to increase readability and increase the quotes of award-winning authors.

FOCUS AND SCOPE

Kalijaga Journal of Communication is a scientific journal covering studies of Islamic communication. This journal accepts research articles both in field research and literature studies covering contextual issues related to Islamic broadcasting and journalism.

MAILING ADDRESS:

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga
Jln. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281



TABLE OF CONTENT

Analisis Semiotika Penggambaran Perempuan Bercadar dalam Film Pendek Menjadi Aku Tak Harus Kaku <i>Muhamad Lutfi Habibi</i>	93-106
Jurnalisme Dakwah di Media Online (Framing Rubrik Feature Hidayatullah.com) <i>Eko Wahyudi, Dina Nikita, Septyan Dwi Nuryanto</i>	107-120
Problematika Perempuan Karier di Era Modern: Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Film Hanum dan Rangga: <i>Faith and The City Fikriyatul Islami Mujahidah</i>	121-140
Komunikasi Kebijakan Publik dalam Implementasi Program E-Parking Kota Medan <i>Zoraya Alfathin Rangkuti, M. Ridwan Rangkuti</i>	141-152
Resepsi Audiens pada Personal Branding Habib Husein Jafar di Youtube Channel “Jeda Nulis” <i>Atin Nurul Hidayah, Ageng Widodo</i>	153-168
Efektivitas Komunikasi dalam Kebijakan Perkuliahan Jarak Jauh: Analisis Isi Kualitatif Perkuliahan Daring di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga <i>Ihya' Ulumuddin</i>	169-184

Analisis Semiotika Penggambaran Perempuan Bercadar dalam Film Pendek *Menjadi Aku Tak Harus Kaku*

Muhamad Lutfi Habibi^{(a)(*)}

^(a) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Korespondensi Penulis, Email : mlutfihabibi@gmail.com

A B S T R A C T

Keywords:
face-veiled woman,
Islamidotco, short
movie

The background problem of this research is how the depiction of face-veiled woman is found in the short movie "Menjadi Aku Tak Harus Kaku" produced by Islam-inspired online media, Islamidotco. The unit of analysis in this research is verbal signs and visual signs in each sequence which are identified through the technical understanding of the cinematic elements of the film. This research method uses Charles Sanders Peirce's semiotic analysis of the triadic relationship between sign and object and the interpretation. The findings show that the depiction of face-veiled woman can be categorized into three meanings, that is experiencing a transformation that leads to tolerance, establishing relationships with other humans and the natural environment, and having a strong commitment in living life choices. The meaning of these signs are the icon that represents similarity in appearance and the index that reacts to phenomena that are often closely associated with face-veiled women in Indonesia.

A B S T R A K

Kata Kunci:
Protes Digital, Buzzer,
Media Sosial

Latar belakang masalah pada penelitian ini adalah bagaimana penggambaran perempuan bercadar yang terdapat dalam film pendek *Menjadi Aku Tak Harus Kaku* produksi media online bernapaskan Islam, *Islamidotco*. Unit analisis pada penelitian ini adalah tanda verbal dan tanda visual pada masing-masing sequence yang diidentifikasi melalui pengertian teknis elemen sinematik film. Metode penelitian ini menggunakan analisis semiotika hubungan triadik antara tanda dengan objek dan interpretan yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce. Hasil temuan menunjukkan bahwa penggambaran perempuan bercadar dapat dikelompokkan ke dalam tiga buah pemaknaan, yakni mengalami transformasi yang mengarah ke toleran, menjalin hubungan dengan manusia lain dan alam sekitar, serta memiliki komitmen yang kuat dalam menjalani pilihan hidup. Pemaknaan tanda-tanda tersebut merupakan ikon yang merepresentasikan kesamaan rupa serta indeks yang mereaksikan fenomena yang kerap diasosiasikan lekat dengan muslimah bercadar di Indonesia.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia sekaligus negara yang mengakui secara resmi adanya enam agama dan ratusan kepercayaan yang dianut oleh masyarakatnya. Dengan keragaman tersebut, dibutuhkan sikap saling hormat dan toleransi yang dijunjung tinggi oleh setiap warga Indonesia. Namun pada kenyataannya, tidak sedikit gesekan terjadi yang didasari atas perbedaan keyakinan yang ada pada masing-masing pemeluknya. Bahkan, gesekan tersebut tak jarang juga terjadi di dalam internal salah satu agama, seperti polemik pemakaian cadar bagi perempuan yang ada di agama Islam.

Temuan ilmiah terkait pro dan kontra pemakaian cadar telah banyak dikaji di berbagai penelitian dengan bermacam disiplin ilmu seperti hukum (Setyawan & David, 2021), (Taufik, 2020) (Fitrotunnisa, 2018), sejarah (Hasbi M., Hasbullah Hasbullah, 2018)(Rasyid & Bukido, 2018)(Hakim, 2020), psikologi (Rusuli, 2021)(Pohan, 2021)(Karunia & Syafiq, 2019), hingga medis (Adriana Mustafa; Nurul Mujahidah, 2020). Cadar masih kerap dianggap oleh masyarakat sebagai bibit-bibit fundamentalis yang dapat mencoreng wajah Islam itu sendiri. Beberapa temuan menunjukkan bahwa masih terdapat sentimen identitas yang ada pada diri muslimah bercadar, seperti ketidaksetujuan mereka terhadap pemimpin yang berbeda agama (Pirol & Aswan, 2021), sikap eksklusif (Nofalia, 2021), hingga kerap dianggap mendukung aksi terorisme (Amin, 2021). Namun, tak sedikit pula pengguna cadar yang berusaha untuk melawan stigma-stigma negatif tersebut karena mereka menganggap penggunaan cadar yang mereka lakukan semata-mata

atas dasar keyakinan spiritual (Hidayati, 2021). Selain itu, terdapat pula temuan yang menyatakan bahwa penggunaan cadar tidak mengurangi fleksibilitas dan kemandirian mereka untuk aktif melakukan aktivitas non-domestik seperti aktif berinteraksi secara akomodatif toleran di Instagram (Zulfa & Junaidi, 2019) serta rutin menyelenggarakan pengajian yang dikomandoi oleh seorang *Nyai* yang telah lama dilakukan di sebuah pesantren di Jawa Timur (Machmudi & Ardhani, 2020).

Ketika direpresentasikan ke dalam bentuk pesan pada media massa di berbagai daerah, fenomena cadar dan penggunaannya ternyata memiliki perbedaan-perbedaan yang dipengaruhi oleh iklim sosial, politik, atau budaya yang berkembang di sekitarnya. Di media Barat, pengguna cadar kerap digambarkan jauh dari nilai-nilai substantif seperti dipersepsikan menjalani hidup yang tertekan secara finansial (Kasirye, 2021), lekat dengan aksi-aksi terorisme (Courty, Rane, & Ubayasiri, 2019), serta mengalami transformasi gaya hidup yang cukup ekstrem (Szpunar, 2021). Stereotip tersebut muncul karena dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, seperti aspek historis, rezim yang berkuasa, demografi penduduk, serta paham sekuler yang banyak dianut oleh masyarakatnya (Shirazi & Mishra, 2010). Di Timur Tengah, penggambaran perempuan bercadar beberapa kali ditampilkan secara komparatif dengan menampilkan problematika yang dihadapi muslimah tradisional berhadapan dengan modernitas. Sutradara dari Iran, Ashgar Farhadi, di beberapa filmnya kerap menampilkan perempuan bercadar yang beradaptasi dengan laju perkembangan teknologi serta gaya hidup yang semakin beragam (Sehat & Jahantigh, 2018). Di Indonesia, representasi perempuan bercadar kerap mendapatkan respons-respons yang sal-

ing berseberangan. Berdasar penelitian yang dilakukan oleh Fauzi, konstruksi media massa terhadap pemberitaan isu radikalisme—seperti upaya penggantian sistem negara—memang terbukti disetujui oleh beberapa mahasiswi bercadar di Surabaya (Fauzi, 2021). Namun menurut Saragih, pemberitaan tentang cadar yang dikonstruksikan oleh media massa di Indonesia cenderung dilatarbelakangi oleh faktor kepentingan kuasa yang berpotensi menimbulkan adu domba terhadap pihak-pihak yang memiliki pandangan politik yang berbeda (Saragih, 2019).

Salah satu karya media massa di Indonesia yang ikut memberikan gambaran perempuan bercadar adalah film pendek dengan judul “Menjadi Aku Tak Harus Kaku” karya media *online* berhaluan Islam moderat, *Islamidotco*. Film pendek berdurasi dua menit tersebut menggambarkan montase dari kegiatan sehari-hari dari seorang remaja perempuan bercadar di sebuah wilayah perkotaan. Film yang diunggah di *YouTube* pada tanggal 29 Januari 2021 tersebut telah telah disaksikan sebanyak 1.522 tontonan dan telah dibagikan di beragam sosial media dengan mendapatkan tanggapan yang cukup ramai. Di media sosial *Twitter*, akun *Islamidotco* telah membagikan tautan video dan mendapat 32 *retweets*, 7 *quote tweets*, dan 153 *likes*. Namun, respon lebih banyak justru ketika dibagikan oleh salah satu santri sekaligus pegiat media sosial, Rumail Abbas, dengan mendapat 109 *retweets*, 6 *quote tweets*, dan 428 *likes*. Masing-masing akun yang membagikan tautan video tersebut juga mendapat balasan komentar yang beragam, baik mengapresiasi secara positif dan ada pula yang mencela secara negatif meski cenderung bukan suara dominan.

Senada dengan misi *Islamidotco* di profil situs mereka yang mendukung

toleransi dan perdamaian, film “Menjadi Aku Tak Harus Kaku” memiliki *caption* berupa ajakan sosial untuk tidak menilai seseorang hanya berdasarkan tampilan luarnya saja. Dalam konteks ini audiens diajak untuk tidak memberi stigma negatif terhadap muslimah yang mengenakan cadar. Hal ini menjadi semacam kebaruan dikarenakan pada karya film yang menampilkan muslimah bercadar pada tahun-tahun sebelumnya masih terjebak pada stereotip negatif seperti menempatkan perempuan pada posisi domestik hingga bersedia untuk dipoligami pada film “Ayat-Ayat Cinta” (Romli, Roosdinar, & Nugraha, 2019); penghindaran sosial yang terdapat pada film “Khalifah” (Sa'idah, 2019); atau dibenturkan dengan kelompok agama yang lain seperti yang terdapat pada film pendek “My Flag - Merah Putih Vs. Radikalisme” (Nugraha & Ardi, 2021). Fenomena tersebut menjadi penguat bagi penulis untuk membedah makna penggambaran muslimah bercadar yang ada di dalam film “Menjadi Aku Tak Harus Kaku”. Pembedahan makna dilakukan dengan bantuan teori semiotika Charles Sanders Peirce, yang mana Peirce menyatakan bahwa tanda—atau dalam hal ini penggambaran muslimah bercadar—akan memiliki makna apabila memiliki hubungan triadik dengan unsur lain, yakni interpretan dan objek (Eco, 1979).

Metodologi Penelitian

Riset ini menggunakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif di mana makna penggambaran muslimah bercadar yang terdapat dalam film pendek “Menjadi Aku Tak Harus Kaku” dideskripsikan terlebih dahulu unit analisisnya di setiap *sequence*, kemudian diidentifikasi jenis

kategori tandanya, dan pada akhirnya makna yang terdapat pada tanda tersebut diinterpretasikan dengan menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce.

Untuk mendeskripsikan unit analisis, penulis menggunakan identifikasi tanda verbal dan visual yang dikemukakan oleh Sumbo Tinarbuko (Tinarbuko, 2008). Identifikasi tanda verbal dan visual yang lumrah dilakukan pada karya-karya komunikasi visual kemudian dialihbahasakan ke dalam elemen-elemen sinematik film yang dikemukakan oleh Himawan Pratista (Pratista, 2008). Unit analisis berupa tanda verbal pada film akan merujuk pada suara seperti dialog, musik, dan efek suara; sedangkan unit analisis berupa tanda visual akan merujuk pada elemen yang tampak oleh indera penglihatan seperti sinematografi, *editing*, dan *mise-en-scene*.

Tanda yang sudah diidentifikasi kemudian diinterpretasikan maknanya melalui hubungan triadik antara objek dan interpretan seperti yang terdapat dalam teori semiotika Peirce. Tanda (*representamen*) merupakan suatu entitas yang ditangkap oleh penerima yang mewakili hal yang lain. Tanda yang memiliki hubungan dengan acuannya dapat dikategorikan menjadi tiga tipe, yakni ikon, indeks, dan simbol. Interpretan (pemahaman) adalah makna yang ditangkap oleh penerima. Sedangkan objek adalah sesuatu yang mengacu pada entitas yang lain. Hubungan ketiga unsur tersebut menghasilkan proses semiosis berupa signifikasi yang tak berkesudahan (Budiman, 2011). Tanda yang sudah diinterpretasi tersebut kemudian ditelusuri kembali hubungannya dengan teks-teks lain melalui intertekstualitas, sehingga dapat diketahui sumber pengaruhnya (Kristeva, 1980).

Hasil Temuan

Film pendek karya media *online Islamidotco* dengan judul “Menjadi Aku Tak Harus Kaku” terdiri dari tiga buah *sequence* yang dapat diidentifikasi dari perbedaan musik latar serta lokasi *setting*. *Sequence* pertama berupa pengenalan tokoh utama yang ditampilkan berupa *scene* bermain *skateboard* serta komparasi dua buah *scene* yang menampilkan aktivitas tokoh utama ketika sedang berada di halte bus baik pada waktu masa lalu (*flashback*) dan masa kini. *Sequence* kedua menampilkan *scene* berupa kegiatan sehari-hari, yakni aktivitas bercengkerama dengan muslimah lain serta bermain bersama seekor anjing. Dan pada *sequence* ketiga ditampilkan pula *scene* yang menampilkan aktivitas harian lainnya berupa bermain musik dengan instrumen gitar, membuang sampah orang lain ke dalam tempat sampah, serta mendengarkan musik dengan menggunakan *headphone*.

a. Transformasi ke Arah Toleransi

Sequence pertama mengisahkan tentang perkenalan sang tokoh utama, yakni seorang muslimah yang menggunakan pakaian hitam panjang dan sebagian mukanya tertutup cadar memperkenalkan dirinya sambil melakukan aktivitas bermain *skateboard*. Dalam *sequence* ini ditampilkan pula *scene* di sebuah halte dengan komparasi dua waktu yang berbeda, yakni masa lalu dan masa terkini. Perbedaan waktu tersebut dapat diidentifikasi dari perbedaan warna yang diaplikasikan pada masing-masing *scene* yakni nuansa warna hitam putih pada *scene* masa lalu dan nuansa berwarna pada *scene* masa kini. Komparasi dua *scene* tersebut mengisahkan transformasi perilaku yang dialami



Tangkapan Layar pada Sequence Pertama
durasi 00.00-00.32

oleh sang tokoh utama. Pada masa lalu, ia menghindari interaksi sosial dengan orang asing di ruang publik; sedangkan pada masa kini, ia lebih terbuka untuk berbincang dengan orang asing dan bahkan ikut membantu orang asing tersebut mengangkat koper.

Tanda verbal yang terdapat pada *sequence* pertama tersebut dapat diidentifikasi pada dialog yang dinarasikan oleh tokoh utama serta pemilihan musik latar berupa alunan instrumen piano yang lembut. Dialog yang disampaikan tokoh utama pada *sequence* pertama berbunyi:

“Ini kisahku. Menjadi aku tidak harus kaku. Dulu, aku selalu ingin dimengerti. Kemudian aku menyadari bahwa yang terpenting adalah memulai dengan kata mengerti.”

Melalui hubungan tanda dengan objek berupa dialog serta interpretan

berupa kata-kata, kalimat, dan alunan musik latar, maka didapat pemaknaan bahwa tanda verbal pada *sequence* pertama menyampaikan kisah seorang muslimah bercadar yang mengalami transformasi dalam menjalani hidup dari yang semula tertutup secara sosial menjadi lebih terbuka dan aktif dalam berinteraksi dengan orang asing secara toleran dan ramah. Pemilihan kata “*kaku*” di sini memiliki konotasi susah untuk menerima kehadiran orang lain baik dalam wujud fisik, interaksi, maupun pendapat. Sehingga, kalimat “*menjadi aku tidak harus kaku*” memiliki makna bahwa menjadi seorang muslimah yang bercadar tidak melulu terkungkung dalam stigma negatif yang kerap melekat pada dirinya seperti hidup tertekan secara di bawah norma agama, sosial, dan ekonomi. Sang tokoh utama juga menyampaikan dalam dialognya bahwa untuk bisa memulai transformasi tersebut ia harus lebih banyak “*mengerti*” ketimbang “*dimengerti*”, atau pemaknaan dalam konteks ini adalah ia harus lebih

memahami situasi dan kondisi yang ada di sekitarnya ketimbang memaksakan gagasan dan kebiasaan dirinya agar mau diterima oleh orang lain. Alunan musik latar berupa instrumen piano lembut ikut menguatkan pesan keluwesan dari perkenalan diri serta kisah transformasi dirinya yang kini lebih toleran dan ramah terhadap orang lain.

Tanda-tanda visual pada *sequence* pertama yang berhubungan dengan objek berupa tampilan yang dapat ditangkap oleh indera pengelihatan serta interpretan berupa pengertian-pengertian teknis dalam sinematografi, *editing*, dan *mise-en-scene* maka didapat pemaknaan berupa aktivitas dan perilaku yang berubah namun dengan penampilan yang tetap sama. Pada *scene* awal, film tersebut memperlihatkan aktivitas sang tokoh utama yang sedang bermain *skateboard* dengan ukuran *medium shot* dan *long shot* yang memberikan penggambaran yang sangat jelas tentang bagaimana tampilan busana yang dikenakan serta aktivitas bermain *skateboard* yang sedang dilakukan. *Scene* pembuka tersebut seolah memberitahu audiens bahwa inti dari film pendek ini nantinya akan menyampaikan sebuah kisah dari seorang muslimah bercadar yang melakukan aktivitas modern yang tergolong jauh dari nilai-nilai tradisional.

Pada komparasi *scene* berikutnya, yakni transformasi perilaku dari masa lalu ke masa sekarang, sang tokoh utama digambarkan tidak nyaman dengan kehadiran orang asing yang mendekatinya di sebuah halte. Hal tersebut dapat terlihat dari gesturnya yang mengamati beberapa detik orang asing tersebut dan kemudian berpindah ke tempat lain. Hal tersebut cukup kontras dengan *scene* masa kini yang menampilkan interaksi sang tokoh utama dengan seorang bapak-bapak pada

halte yang sama dengan penuh suasana kehangatan. Beberapa *shot* diambil dengan dengan ukuran gambar *medium close-up* dengan *angle* berupa *shot/reverse shot* yang mana kombinasi dari dua unsur tersebut membuat audiens seolah-olah ikut merasakan suasana percakapan dari masing-masing sudut pandang pembicara yang mereka jalani dengan penuh emosi keakraban. Selain percakapan, aktivitas mengangkat koper milik bapak-bapak yang dilakukan oleh sang tokoh utama juga dilakukan dengan luwes berkat pergerakan kamera yang dinamis terhadap arah koper serta pemilihan ukuran gambar *medium long shot* yang menampilkan suasana ketika bapak-bapak tersebut berboncengan di sepeda motor yang menampakkan pula pengemudinya yang memberikan ungkapan rasa terima kasih kepada tokoh utama berupa gestur senyuman dan anggukan kepala. *Sequence* pertama pun ditutup dengan tampilan *medium close up* pada wajah tokoh utama yang seolah memberitahu ke audiens melalui ekspresi matanya yang berbinar bahwa transformasi dirinya yang menjadi lebih terbuka secara sosial telah dilakukannya dengan penuh kesadaran, kebahagiaan, dan tanpa prasangka.

b. Hubungan Manusia dengan Manusia Lain dan Alam Sekitarnya

Sequence kedua mengisahkan aktivitas keseharian yang dilakukan sang tokoh utama, yakni bercengkerama dengan muslimah lain serta bermain bersama seekor anjing. Dua aktivitas tersebut ditampilkan dalam bentuk montase yang saling silang antar *scene* sehingga menimbulkan kesan bahwa dua aktivitas tersebut memang sudah menjadi rutinitas sehari-hari yang dilakukan oleh sang tokoh utama.

Identifikasi tanda verbal pada



Tangkapan Layar pada Sequence Kedua

durasi 00.33-01.12

sequence kedua dapat diketahui dari dialog tokoh utama serta pemilihan musik latar berupa alunan instrumen gitar yang menginspirasi. Dialog berupa narasi dari tokoh utama yang terdapat pada *sequence* kedua berbunyi:

“Aku dan kamu tetap bisa bercengkerama dan tak perlu merasa bahwa kita berbeda. Bukan hal yang sulit bagi Tuhan untuk membuat kita semua jadi sama. Tapi Tuhan menginginkan isi dunia berbeda. Seperti menikmati kopi bersama sahabat. Bercerita hal yang ringan sampai yang paling berat. Sengaja gula tak ku larut dengan cepat, agar manisnya kebersamaan ku temukan kembali di akhirat.”

Pemaknaan tanda verbal pada *sequence* kedua diinterpretasikan melalui hubungan tanda dengan objek berupa dialog serta interpretan berupa kata-kata, kalimat, dan alunan musik latar. Melalui

hubungan tersebut, didapat pemaknaan bahwa sang tokoh utama menyadari bahwa interaksi antar umat manusia dengan umat manusia lain serta umat manusia dengan alam sekitarnya yang dilakukan selama hidup di dunia dapat mengantarkannya ke kebahagiaan di akhirat kelak. Oleh karena itu, sang tokoh utama menganggap bahwa segala perbedaan yang ada di dunia ini tidak semata membuatnya menjadi sosok yang paling benar dan angkuh dengan kepercayaan yang ia pegang, melainkan perbedaan-perbedaan tersebut sengaja diciptakan oleh Tuhan untuk saling menghormati. Sang tokoh utama juga memberi gagasan secara tersirat melalui kata “gula” dan kalimat “manisnya kebersamaan” yang tidak ia larutkan secara cepat di dalam minuman kopi yang menunjukkan bahwa untuk meraih kebahagiaan di akhirat kelak ia tidak melulu mendapatkannya melalui hubungan transendental antara dirinya dan Tuhan semata melainkan pula interaksi kebersamaan antara dirinya dengan umat manusia lain dan alam sekitar yang

ingin ia lakukan terus menerus selama menjalani hidup. Alunan musik latar berupa instrumen gitar ikut menambah suasana inspiratif yang diharapkan bahwa gagasan serta perilaku yang tokoh utama lakukan bisa menjadi teladan baik bagi sesama muslimah bercadar maupun umat muslim pada umumnya.

Pemaknaan tanda visual pada *sequence* kedua diinterpretasikan melalui hubungan tanda dengan objek berupa entitas yang dapat ditangkap oleh mata serta interpretan berupa pengertian-pengertian teknis dalam sinematografi, *editing*, dan *mise-en-scene*. Melalui hubungan tersebut, didapat makna bahwa sang tokoh utama menjalani kehidupan sehari-harinya secara bahagia dan tanpa paksaan meski keseharian yang ia lakukan cenderung dianggap tidak lazim atau bahkan kontroversial. *Scene* yang menampilkan aktivitas bercengkerama diawali dengan pertemuan tokoh utama dengan tokoh muslimah lain yang mengenakan jilbab tanpa cadar. Pertemuan tersebut dihadirkan dengan ukuran gambar *medium shot* hingga *long shot* yang memperlihatkan secara jelas *setting* lokasi yang berada di tempat umum di pinggir jalan raya. *Setting* yang terlihat jelas bagi audiens tersebut menunjukkan bahwa interaksi antara muslimah bercadar dengan muslimah yang lain adalah suatu hal lumrah yang seharusnya biasa terjadi di ruang publik. Selain interaksi di ruang publik, interaksi antar sesama muslimah di ruang privat juga diperlihatkan di film tersebut dengan montase kegiatan seperti berswafoto (*selfie*), bercengkerama, dan meminum kopi di sebuah ruang tamu. Beberapa pengambilan gambar menggunakan ukuran *medium shot* dan beberapa didominasi dengan pemilihan sudut pandang *eye level* dan *low angle*. Kombinasi dua elemen sinematik tersebut

menghasilkan kesan kebersamaan yang setara, emosional, dan kuat.

Sedangkan pada *scene* yang menampilkan kegiatan bermain bersama anjing, tokoh utama ditampilkan sedang membuka gerbang yang di baliknya terdapat seekor anjing, kemudian mengajaknya jalan-jalan, dan beberapa kali mengeluskan tangannya ke bulu anjing tersebut. Pemilihan *setting* dan properti yang menunjukkan gerbang terkunci dan anjing yang mengenakan aksesoris tali mengisyaratkan ke penonton bahwa tokoh utama memang telah menempatkan dan merawat anjing tersebut dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab. *Shot* yang menampilkan kegiatan jalan-jalan dan bermain bersama anjing ditampilkan dengan ukuran *long shot* yang menampakkan dengan jelas *setting* lokasi yang berada di tempat umum berupa kompleks perumahan. *Shot* tersebut seolah menekankan ke penonton bahwa kegiatan mengajak anjing jalan-jalan dan bermain di tempat umum dilakukan dengan penuh percaya diri oleh sang tokoh utama meskipun kebanyakan umat muslim di Indonesia masih menganggap kegiatan tersebut adalah suatu hal yang kontroversial untuk dilakukan.

c. Komitmen Untuk Menjalani Pilihan Hidup

Sequence ketiga mengisahkan aktivitas keseharian lain yang dilakukan oleh tokoh utama, yakni memainkan alat musik gitar dan mendengarkan musik melalui *headphone*. Selain itu, terdapat pula komitmen dari tokoh utama untuk terus melakukan kebaikan meski apa yang dilihat oleh kebanyakan orang terhadap dirinya hanyalah penampilan luar berupa pakaian serba hitam yang memperlihatkan kedua matanya saja. Komitmen tersebut



Tangkapan Layar pada Sequence Ketiga

durasi 01.13-01.53

terlihat telah diaplikasikan oleh dirinya ketika membuang sampah yang dibuang sembarangan oleh orang lain.

Tanda verbal yang terdapat pada *sequence* ketiga dapat diidentifikasi pada dialog yang disampaikan oleh tokoh utama serta pemilihan musik latar berupa alunan instrumen piano yang menginspirasi. Dialog yang disampaikan tokoh utama pada *sequence* ketiga berbunyi:

“Sebagian menganggap musik bikin fasik. Tapi bagiku, tanpa musik hidupku bagai koma tanpa titik. Mungkin bagimu, yang terlihat dariku hanya kedua bola mata dan kain hitam. Tapi ku percaya akan selalu bisa menebar kebaikan meski mata terpejam. Karena menjadi aku tak harus kaku.”

Melalui hubungan tanda dengan objek berupa dialog serta interpretan berupa kata-kata, kalimat, dan alunan musik latar, maka didapat pemaknaan

bahwa tanda verbal pada *sequence* ketiga menyampaikan tentang komitmen untuk menjalani pilihan hidup serta komitmen untuk terus selalu berbuat kebaikan. Pilihan hidup yang tokoh utama jalani adalah melakukan aktivitas seperti orang-orang pada umumnya tanpa kekangan aturan baku yang dapat menghambat pergerakan dirinya dalam mengapresiasi seni. Muslimah bercadar yang kerap dilabeli stigma negatif dalam memandang musik sebagai suatu hal yang membawa keburukan kemudian ditentang oleh sang tokoh utama dengan anggapan bahwa musik telah membuat hidupnya tidak seperti “koma tanpa titik”. Kiasan tersebut seolah memberitahu bahwa dalam hidupnya, ia sesekali berhenti untuk melepaskan penat melalui bermain dan mendengarkan musik. Selain itu, terdapat pula komitmen dari dirinya untuk terus berbuat kebaikan meski masih terdapat orang-orang yang menilai dirinya hanya dari penampilan semata. Pemilihan kalimat “*mungkin bagimu, yang terlihat dariku hanya kedua bola mata dan kain hitam*” mengisyaratkan bahwa penampi-

lan bercadar dan berpakaian serba hitam panjang yang dimiliki sang tokoh utama masih belum terbiasa untuk diterima di masyarakat. Melalui komitmen untuk berbuat kebaikan tersebut, tokoh utama mengajak audiens untuk tidak menilai seseorang hanya dari penampilannya semata. Karena menurutnya, penggunaan cadar yang ia lakukan sama sekali tidak ada hubungannya dengan berbagai stigma negatif yang kerap dialamatkan pada muslimah bercadar di Indonesia. Dan dengan iringan musik piano pada bagian latar, kalimat yang berisi komitmen serta ajakan untuk tidak skeptis tersebut terdengar menjadi lebih inspiratif.

Tanda-tanda visual pada *sequence* ketiga yang memiliki hubungan dengan objek berupa tampilan yang dapat ditangkap oleh indera mata serta interpretan berupa pengertian-pengertian teknis dalam sinematografi, *editing*, dan *mise-en-scene*, maka didapatkan pemaknaan bahwa tokoh utama menjalani pilihan gaya hidupnya untuk bermain dan mendengarkan musik. Pilihan gaya hidup untuk bermain musik terlihat sangat ia tekuni jika ditinjau dari pemilihan *shot* berupa *cut-in* pada jemari yang terlihat luwes dalam memetik dan menekan senar gitar. Kecintaan sang tokoh utama terhadap musik juga terlihat dari sebuah *medium shot* yang menampilkan aktivitas mendengarkan musik melalui *headphone* yang tersambung pada sebuah ponsel pintar.

Selain pesan komitmen untuk menjalani pilihan gaya hidup sesuai pilihannya, *sequence* tersebut juga memuat pesan tentang ajakan kepada orang lain untuk tidak menilai dirinya hanya dari penampilan semata. Terdapat sebuah *shot* dengan ukuran *extreme close up* yang menampilkan secara jelas kedua bola mata dari tokoh utama yang menginformasi-

kan tentang penampilan fisik yang dapat orang-orang lihat terhadap dirinya. *Shot* tersebut dikomparasikan dengan sebuah *scene* yang menampilkan kegiatan tokoh utama yang membuang sampah orang lain pada tempatnya. Kombinasi antara kedua *shot* dan *scene* tersebut mengisyaratkan kepada audiens tentang sebuah ajakan untuk tidak menilai orang hanya dari penampilan fisik serta busana yang ia kenakan. Karena menurut sang tokoh utama, komitmen dari dirinya untuk terus berbuat kebaikan—dalam hal ini membuang sampah orang lain pada tempatnya—adalah sebuah pembuktian bahwa penampilan fisik sama sekali tidak ada kaitannya dengan stigma-stigma negatif yang kerap dialamatkan kepada para muslimah bercadar di Indonesia. Film pun ditutup dengan dengan sebuah *shot* berukuran *medium* beserta pergerakan kamera mengikuti tokoh utama yang berjalan yang menandakan bahwa pilihan hidup serta komitmen kebaikan yang ia pilih akan ia jalani dengan penuh keyakinan.

Diskusi

Dari bermacam tanda yang dapat diinterpretasikan menjadi tiga kelompok makna sepanjang film, terdapat klasifikasi lagi yang dapat dikenali berdasarkan tipologi tanda Peirce, yakni tanda berupa kategori ikon yang memiliki kemiripan rupa dengan objek lain serta indeks yang memiliki keterikatan eksistensial tanda dengan objeknya. Kemiripan serta keterikatan tersebut terjadi karena adanya bermacam fenomena di dunia yang mempengaruhi sang pembuat film untuk mengangkatnya menjadi sebuah film yang diharapkan dapat mendekonstruksi pemikiran audiens

yang menyaksikan film tersebut. Melalui intertekstualitas, akan didapat relasi antara teks yang terdapat dalam film “Menjadi Aku Tak Harus Kaku” dengan teks-teks lain yang memengaruhinya.

Pada pemaknaan *sequence* pertama, pengenalan tokoh utama yang bertransformasi ke arah toleran memiliki relasi intertekstual dengan beberapa materi promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan pakaian olahraga asal Amerika Serikat, *Nike*. Kampanye *Nike* yang banyak menampilkan inklusivitas dan keberagaman dalam melakukan aktivitas fisik olahraga telah banyak memberi pengaruh bagi audiensnya di seluruh dunia. *Nike* sendiri telah beberapa kali menampilkan *talent* perempuan muslim di dalam materi promosinya yang dapat ditinjau dari jilbab yang mereka kenakan. Intertekstualitas tanda berwujud ikon yang memiliki kemiripan rupa dapat dilihat pada video iklan *Nike* dengan judul “*You Can’t Stop Us*” yang sama-sama menampilkan muslimah bercadar yang sedang bermain *skateboard*. Misi keberagaman yang diangkat oleh *Nike* melalui video yang diunggah pada bulan Juli 2020 inilah yang coba direproduksi oleh *Islamidotco* melalui film mereka sendiri di tahun 2021. Selain keberagaman, tema lain seperti komitmen menjalani pilihan hidup juga beberapa kali *Nike* tampilkan dalam materi promosi mereka, misal pada video “*What Will They Say About You?*” dan “*Swim Victory*” yang memiliki semangat yang senada dengan pemaknaan komitmen muslimah bercadar yang ada pada film “Menjadi Aku Tak Harus Kaku”. Pemberitaan kampanye *Nike* yang memuat perempuan muslim juga disambut baik oleh media barat dan disampaikan oleh mereka secara netral dan tanpa tendensi stereotip terhadap agama atau kelompok tertentu (Moore, 2018). Meski memiliki

misi yang positif, namun nyatanya berbagai materi promosi *Nike* tersebut masih dianggap mengikuti standar pemenuhan kepuasan audiens kulit putih di Amerika Serikat (Bahrainwala & O’Connor, 2019) serta belum dapat menggambarkan muslimah dalam representasi skala global (Amdouni & Aloui, 2018).

Sedangkan pemaknaan yang terdapat pada *sequence* kedua dan ketiga, isu-isu yang diangkat merupakan tanggapan dari berita-berita viral yang isinya kerap diasosiasikan lekat dengan ideologi muslim konservatif berpenampilan celana cingkrang atau bercadar. Pada pemaknaan muslimah bercadar yang bermain bersama anjing, tanda tersebut merupakan ikon yang memiliki kemiripan rupa dengan tokoh muslimah bercadar di dunia nyata yang merawat anjing-anjing liar di Kabupaten Bogor sejak tahun 2015, Hesti Sutrisno (Anadolu, 2020). Representasi ikon Hesti melalui tokoh utama di film tersebut merupakan bentuk informasi bagi audiens bahwasanya hubungan transendental seorang muslimah bercadar terhadap Tuhannya yang kerap diidentikkan secara ekstrem tetap bisa ia jalani dengan penuh kebaikan terhadap alam sekitarnya yakni dengan cara merawat anjing-anjing liar. Sedangkan untuk pemaknaan pilihan gaya hidup bermusik, tanda tersebut merupakan indeks yang memiliki hubungan kausal terhadap fenomena debat perbedaan mazhab hukum bermain musik bagi umat muslim di Indonesia. Beberapa informasi yang pernah disajikan dalam berbagai media seperti *Suara.com* (Sadikin, 2020) dan *Republika.id* (Suryana, 2020) seolah ditanggapi oleh *Islamidotco* melalui representasi tokoh utama di film pendek mereka. Tokoh utama yang ditampilkan sedang bermain musik tersebut adalah sebuah reaksi terhadap riuhnya

perdebatan hukum musik bagi umat Islam dari berbagai kelompok yang kerap saling berbenturan. Representasi muslimah bercadar yang bermain musik di film tersebut seolah dihadirkan oleh *Islamidotco* sebagai wujud reaksi moderat dalam menghargai perbedaan mahdzab yang dianut oleh masing-masing umat Islam.

Kesimpulan

Film pendek “Menjadi Aku Tak Harus Kaku” karya *Islamidotco* merupakan bentuk representasi sekaligus reaksi terhadap isu-isu yang kerap dialamatkan pada muslimah bercadar di Indonesia. Hasil interpretasi menunjukkan bahwa muslimah bercadar yang ada di film tersebut digambarkan mengalami transformasi yang mengarah ke toleran, menjalin hubungan dengan manusia lain dan alam sekitar, serta memiliki komitmen yang kuat dalam menjalani pilihan hidup. Semua penggambaran di film tersebut merupakan bentuk nyata dari pengaplikasian semangat moderasi beragama yang diharapkan dapat dipegang teguh oleh media-media Islam di Indonesia. Penelitian ini diharapkan memunculkan ide-ide penelitian yang mengkaji representasi muslimah bercadar di Indonesia dilihat dari sudut pandang yang lain serta berada pada medium yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Adriana Mustafa; Nurul Mujahidah. (2020). Diskursus Cadar dalam Memaknai Pandemi Covid-19; Suatu Kajian Syariat dan Fungsi Medis. *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab*, 2(1), 98–111. Retrieved from <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/mjpm/article/view/14285>
- Amdouni, C., & Aloui, N. (2018). The brand of “hijabers” between marketability and Islamic identity. *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 3(4), 341. <https://doi.org/10.1504/ijimb.2018.10019918>
- Amin, W. W. D. P. S. A. (2021). Dari Cadeko Ke Cadar: Studi Perubahan Gaya Muslimah Milenial Di Kota Manado. *JINNSA Jurnal Interdisiplin Sosiologi Agama*, 1(1), 39–63. Retrieved from <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/jinnsa/article/view/89>
- Anadolu. (2020). Perempuan Bercadar Ini Merawat 70 Anjing Liar di Bogor.
- Bahrainwala, L., & O'Connor, E. (2019). Nike unveils Muslim women athletes. *Feminist Media Studies*, 00(00), 1–16. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1620822>
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonistas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Courty, A., Rane, H., & Ubayasiri, K. (2019). Blood and ink: the relationship between Islamic State propaganda and Western media. *Journal of International Communication*, 25(1), 69–94. <https://doi.org/10.1080/13216597.2018.1544162>
- Eco, U. (1979). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Fauzi, M. M. I. A. M. (2021). Konstruksi Radikalisme Bagi Mahasiswa Celana Cingkrang dan Cadar di Surabaya. *Paradigma*, 10(1). Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/39882/34680>
- Fitrotunnisa, S. (2018). Hukum Memakai Cadar (Studi Komparatif

- Terhadap Putusan Hukum Lajnah Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama Dengan Majelis Tarjih Dan Tajdid Muhammadiyah). *Jurnal Penelitian Medan Agama*, 9(2), 227–246. Retrieved from <http://jurnal.uin-su.ac.id/index.php/medag/article/view/3972/1948>
- Hakim, A. (2020). Cadar dan Radikalisme Tinjauan Konsep Islam Radikal Yusuf Qardhawi. *Ijtimaiyya*, 13 No. 1(1), 103–116. Retrieved from <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ijtimaiyya/article/view/5808/3724>
- Hasbi M., Hasbullah Hasbullah, J. J. (2018). The Motive Of Wearing A Face Veil In The Early Islam: Two Narratives Of Prophetic Traditions. *Mutawatir: Jurnal Keilmuan Tafsir Hadith*, 8(2), 254–274. Retrieved from <http://jurnalfuf.uinsby.ac.id/index.php/mutawatir/article/view/1496>
- Hidayati, D. L. (2021). Religious Behavior among Female University Students with Full Face Veil in East Kalimantan. *EL-BUHUTH*, 4(1), 45–56.
- Karunia, F., & Syaifiq, M. (2019). Pengalaman Perempuan Bercadar. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 6(2), 1–13.
- Kasirye, F. (2021). *The portrayal of Muslim women in Western media: A content analysis of the New York Times and the Guardian*. (March), 15. <https://doi.org/10.31124/advance.14156915.v1>
- Kristeva, J. (1980). *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. Oxford: Basil Blackwell.
- Machmudi, Y., & Ardhani, P. K. (2020). The Role of Women in Islamic Propagation: A Case Study of Tablighi Jamaat's Nyai of Pesantren Al-Fatah, East Java, Indonesia. *Journal of Asian Social Science Research*, 2(2), 175–190. <https://doi.org/10.15575/jassr.v2i2.27>
- Moore, R. C. (2018). Islamophobia, Patriarchy, or Corporate Hegemony?: News Coverage of Nike's Pro Sport Hijab. *Journal of Media and Religion*, 17(3–4), 106–116. <https://doi.org/10.1080/15348423.2019.1595840>
- Nofalia, T. (2021). Stigma Negatif terhadap Pengguna Cadar dikalangan Mahasiswi Universitas Negeri Padang. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 1(1), 8–13. <https://doi.org/10.24036/jecco.v1i1.2>
- Nugraha, Y. A. F., & Ardi, M. (2021). *Pemaknaan Rasialisme dalam Film (Analisis Semiotika Film Pendek My Flag Merah Putih Vs Radikalisme)*. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Pirol, A., & Aswan, A. (2021). Niqab in Indonesia: Identity and Nationalism of the Female Students in Palopo. *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya*, 5(2), 123–134. <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v5i2.10097>
- Pohan, R. A. (2021). Motivasi Dakwah Perempuan Bercadar: Dari Feeling of Inferiority Menuju Feeling of Superiority. *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.37064/jki.v8i1.9476>
- Pratista, H. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homierian Pustaka.
- Rasyid, L. A., & Bukido, R. (2018). Problematika Hukum Cadar dalam Islam: Sebuah Tinjauan Normatif-Historis. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 16(1), 74–92. Retrieved from <http://journal.iain-mandao.ac.id/index.php/JIS/article/view/648/536>

- Romli, R., Roosdinar, M. M., & Nugraha, A. R. (2019). Representasi Perempuan dalam Film Ayat-Ayat Cinta. *Jurnal Komunikasi Global*, 7(2), 183–204. <https://doi.org/10.24815/jkg.v7i2.11239>
- Rusuli, I. (2021). Motivasi Mahasiswi Bercadar dan Responnya terhadap Stereotip Negatif Pengguna Cadar. *Jurnal Studia Insania*, 8(2), 183. <https://doi.org/10.18592/jsi.v8i2.3984>
- Sa'idah, Z. (2019). Preferensi Kesalehan Wanita Dalam Film Religi (Studi Analisa Framing Terhadap Film Khalifah Karya Nurman Hakim). *Representamen*, 5(02). <https://doi.org/10.30996/representamen.v5i02.2934>
- Sadikin, R. A. (2020). Tengku Zul Minta Saran: Mau Main Musik Tapi Hukumnya Makruh, Gimana ya?
- Saragih, M. Y. (2019). Jurnalistik dan Pemberitaan Radikalisme dalam Paradigma Islam. *At-Balagh*, 3(2), 131–145.
- Sehat, M., & Jahantigh, H. (2018). Law of the Director: Questioning the Unquestioned in Asghar Farhadi's Movies *The Beautiful City*, *Fireworks Wednesday* and *The Salesman*. *Advances in Language and Literary Studies*, 9(4), 111. <https://doi.org/10.7575/aiac.all.v9n.4p.111>
- Setyawan, M. Y., & David, O.-A. (2021). Veil (Niqâb) Problematics in Islamic Law Perspective; Religion or Culture? (Islamic Legal Approach). *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(2), 235–239. <https://doi.org/10.31538/almada.v4i2.1317>
- Shirazi, F., & Mishra, S. (2010). Young Muslim women on the face veil (niqab): A tool of resistance in Europe but rejected in the United States. *International Journal of Cultural Studies*, 13(1), 43–62. <https://doi.org/10.1177/1367877909348538>
- Suryana, W. (2020). Musik dan Posisinya dalam Islam, Boleh atau tidak?
- Szpunar, P. M. (2021). The preemptive voice of enemy images: The before-and-after motif in news coverage of women home-grown terrorists. *Journalism*, 22(12), 3066–3082. <https://doi.org/10.1177/1464884919894125>
- Taufik, E. T. (2020). Two Faces of Veil in the Quran: Reinventing Makna Jilbab dalam Al-Qur'an Perspektif Tafsir Maqashidi dan Hermeneutika Ma'na cum Maghza. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 3(2), 213. <https://doi.org/10.14421/panangkaran.2019.0302-05>
- Tinarbuko, S. (2008). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Zulfa, Y., & Junaidi, A. (2019). Studi Fenomenologi Interaksi Sosial Perempuan Bercadar di Media Sosial. *Koneksi*, 2(2), 635. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3947>

Jurnalisme Dakwah di Media *Online* (Framing Rubrik Feature Hidayatullah.com)

Eko Wahyudi^a, Dina Nakita^b, Septyan Dwi Nuryanto^c

^(abc) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Korespondensi Penulis, E-mail: weko1797@gmail.com

ABSTRACT

Keywords:

Da'wah, Journalism,
Media

This paper discusses how the practice of da'wah journalism is practiced in reporting in digital media. This paper wants to see how the form of Islamic da'wah in the dynamics of digital media. Currently, along with the development of information technology, journalism is transforming by presenting digital/online journalism as a variant of print and electronic journalism. This transformation makes the process of delivering information different from the existing ones, including how the da'wah is packaged will also be different. The focus of this research is to examine how the form of da'wah is carried out by Hidayatullah.com in its various reports in the virtual universe. The research also wants to see what Islamic values are spread by *Hidayatullah.com* in its da'wah process on the internet. By using a qualitative descriptive approach, the results of this study indicate that Hidayatullah.com can present da'wah without violating the journalistic code of ethics. Da'wah is presented with content in the form of features that contain stories that are intended to stir the hearts of readers. In addition, the da'wah practiced by *Hidayatullah.com* presents novelty because it is packaged through writing that uses language styles and writing structures such as literary works. This is different from conventional mass media practices which often use rigid and formal Indonesian in their writings.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Dakwah, Jurnalistik,
Media

Tulisan ini mengkaji bagaimana praktik jurnalisme dakwah dipraktikkan dalam pemberitaan di media digital. Tulisan ini ingin melihat bagaimana bentuk dakwah Islam dalam dinamika media digital. Saat ini, beriringan dengan perkembangan teknologi informasi, jurnalisme bertransformasi dengan menghadirkan jurnalisme digital/daring sebagai varian dari jurnalisme cetak dan elektronik. Transformasi ini membuat proses penyampaian informasi akan berbeda dengan yang telah ada, termasuk bagaimana dakwah dikemas juga akan berbeda. Fokus penelitian ini adalah mengkaji bagaimana bentuk dakwah yang dilakukan Hidayatullah.com dalam berbagai pemberitaannya di jagat virtual. Penelitian juga ingin melihat nilai-nilai Islam apa yang disebarkan *Hidayatullah.com* dalam proses dakwahnya di internet. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hidayatullah.com dapat menyajikan dakwah tanpa harus melanggar kode etik jurnalistik. Dakwah disajikan dengan konten berbentuk feature yang berisi kisah-kisah yang dimaksudkan untuk menggugah hati pembaca. Selain itu, dakwah yang dipraktikkan

Hidayatullah.com menyajikan kebaruan karena dikemas melalui tulisan yang menggunakan gaya bahasa dan struktur penulisan seperti karya sastra. Hal ini berbeda dengan praktik media massa konvensional yang sering kali menggunakan bahasa Indonesia yang kaku dan formal dalam tulisannya.

PENDAHULUAN

Perkembangan jurnalisme dakwah sebagai bagian dari produk jurnalistik merupakan bagian yang tak terelakkan dari perkembangan teknologi informasi dalam iklim dunia digital (Sulaeman, 2019). Hal ini diperkuat dengan sebuah era baru teknologi yang disebut Industri 4.0 yang membuat transformasi komprehensif dari segala aspek produksi yang terjadi di dunia industri melalui penggabungan antara teknologi digital serta internet dengan industri konvensional (Schwab, 2019). Christian Fuchs menyebut bahwa dulu orang-orang menggunakan internet hanya sebagai hiburan dari kepenatan rutinitas sehari-hari. Namun, saat ini dengan berkembangnya teknologi informasi, memakai internet justru menjadi aktivitas rutin, bukan lagi semata hiburan (Fuchs, 2014).

Bersamaan dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, jurnalistik bertransformasi sedemikian rupa hingga akhirnya membentuk model jurnalistik baru yang jamak disebut jurnalisme digital/daring. Jurnalisme model ini sedikit berbeda dengan jurnalisme konvensional. Letak perbedaannya terlihat dari tempat berita/informasi tersebut disiarkan. Jurnalisme konvensional menyiarkan informasi lewat media cetak dan elektronik. Sedangkan jurnalisme digital menyebarkan informasi melalui internet. Selain itu, jurnalisme digital berbeda secara prinsip dengan jurnalisme konvensional.

Jurnalisme digital prinsipnya melaporkan peristiwa yang sedang terjadi, sedangkan jurnalisme konvensional justru melaporkan peristiwa yang sudah terjadi (Haryanto, 2014).

Jika dilacak ke belakang, asal usul berkembangnya jurnalisme digital atau daring sebenarnya telah terjadi sejak tahun 1970-1980an. Mulanya, ia hanya digunakan oleh segelintir ilmuwan. Namun seiring berjalannya waktu, jurnalisme *online* menyebar dan bertransformasi dengan cepat ke dalam beberapa *platform* digital seperti blog, *mobile* jurnal, jurnalisme media sosial, dan jurnalisme umpan klik.

Pada era digital, arus informasi bergerak dengan sangat cepat. Semua orang bisa saling menyebar informasi dan terkoneksi satu sama lain tanpa perlu diperantarai apa pun. Masyarakat luas kini punya peran yang sama dengan berbagai media konvensional dalam menyebarkan informasi. Di Indonesia peran masyarakat dalam menyebarkan informasi di jagat digital terhitung besar. Merujuk pada laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang (DataIndonesia, 2022). Artinya lebih dari setengah penduduk Indonesia tiap harinya berinteraksi dengan dunia digital. Hal ini terjadi selain karena faktor kemudahan akses dalam memiliki perangkat teknologi, disinyalir juga dipengaruhi oleh legitimasi teologis yang dipercayai

sebagian masyarakat Indonesia.

Sebagaimana jamak diketahui, penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam. Di dalam Islam terdapat ajaran yang berarti dakwah. Menurut pengertian Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dakwah berarti penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat; seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama (KBBI, 2016). Dalam konteks Islam, dakwah bermakna menyampaikan atau menyerukan (Dermawan, 2005). Maksudnya umat Islam diperintahkan untuk menyerukan ajaran yang terdapat dalam agama kepada semua orang. Dakwah merupakan sarana untuk menyampaikan ajaran yang bersumber dari Tuhan kepada manusia sehingga dapat dipahami dan diterima dengan baik. Islam mengarahkan dakwah untuk senantiasa mengajak manusia agar berbuat kebaikan dan mendorong orang lain untuk menjadi insan yang berakhlak dan berpengetahuan.

Saat ini, media digital menjadi salah satu unsur penting dalam menjembatani penyebaran suatu informasi, termasuk menyampaikan ajaran yang terkandung dalam Islam. Dakwah yang dulunya hanya dilakukan dalam mimbar tempat ibadah, kini bisa disebarkan lewat media digital. Tidak heran jika kemudian kini muncul banyak media daring berbasis Islam dengan berbagai variasinya. Salah satu media daring di Indonesia yang berbasis Islam ialah *Hidayatullah.com*. Media ini menyajikan dakwah melalui konten jurnalistik yang konten di dalamnya berisi tentang ramadan, haji, dan sebagainya. *Hidayatullah.com* memberikan ruang untuk berita-berita Islami yang dapat dikonsumsi banyak khalayak melalui kecepatan media daring. Kehadiran media daring seperti *Hidayatullah.com* menjadi manifestasi dari bergabungnya konsep dasar jurnalisme

dengan dakwah yang kemudian disebut jurnalisme dakwah.

Sebelum penelitian ini dilakukan, telah ada beberapa penelitian sebelumnya yang juga mengangkat tema sejenis. Penelitian Andries Kango yang berjudul *Jurnalistik dalam Kemasan Dakwah* (2014), menjelaskan bagaimana pesan dakwah di media harus memperhatikan akan dikonsumsi oleh siapa tulisan yang disajikan. Apakah kepada media khusus berideologi Islam atau media umum. Dalam penelitian tersebut dikatakan bahwa sebuah konten yang menjadi produk jurnalistik perlu memperhatikan kebaikan bahasa. Menurut penelitian ini, dakwah di media sebaiknya dilakukan dengan cara-cara yang baik, arif, dan bijaksana (Kango, 2014).

Fokus penelitian Andries hanya membahas seputar media cetak. Ia belum mengulik bagaimana dinamika dakwah dalam praktik jurnalisme *online* seperti sekarang. Hal ini penting dicermati mengingat setelah kurang lebih delapan tahun sejak penelitian tersebut dipublikasi, perkembangan media *online* semakin marak di sekitar masyarakat. Media daring penting diperhatikan karena terdapat perbedaan signifikan antara media *online* dengan media konvensional, yakni media *online* dapat menerima *feed back* (umpan balik) sehingga komunikasi dapat langsung merespons konten yang diterbitkan, sedangkan media konvensional cenderung perlu jeda atau waktu untuk menerima umpan balik (Vivian, 2018). Oleh karena itu, media *online* mempunyai ciri khas tersendiri dalam menyajikan berita, ditambah lagi media *online* unggul dalam kecepatan menyebarkan informasi.

Penelitian lain yang juga mengangkat tema jurnalisme dakwah adalah penelitian yang ditulis oleh Masduki berjudul *Kurikulum Komunikasi dan Jurnalistik Dakwah*

Perbandingan dan Rekomendasi Pembelajaran (2015). Dalam penelitian tersebut, disimpulkan bahwa jurnalisme dakwah merupakan salah satu pilar pendidikan komunikasi pada perguruan tinggi Islam (Masduki, 2015).

Dari berbagai penelitian tersebut, perbedaan penelitian ini dengan yang sudah dilakukan terletak pada ruang lingkup yang berbeda. Penelitian ini ingin melihat bagaimana jurnalisme dakwah dalam dinamika pemberitaan media daring di *Hidayatullah.com*. Sedangkan penelitian sebelumnya tidak ada yang mengkaji jurnalisme dakwah dalam bingkai media daring. Penelitian ini bermaksud mencari tahu lebih jauh bagaimana dakwah berjalan dalam media daring yang merupakan produk baru dari dunia jurnalistik. Penelitian ini menggunakan analisis framing sebagai pendekatan utama untuk melihat bagaimana jurnalisme dakwah dalam pemberitaan *Hidayatullah.com*.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang dilakukan secara holistik atau utuh dalam mengambil isi konten dan menganalisisnya dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata. Secara paradigmatis, penelitian ini menggunakan paradigma konstruksionis model Peter L. Berger (L. Berger & Luckmann, 2012). Menurut paradigma konstruksionis, pembuat berita atau media adalah penentu yang mampu mengarahkan pola pikir pembaca. Bagi paradigma konstruksionis, sebuah realitas tidak terjadi atau terbentuk secara alamiah begitu saja terjadi, melainkan realitas itu sendiri dibentuk dan dikonstruksikan oleh individu atau struktur tertentu (Bungin, 2008). Oleh karena itu,

dapat dikatakan bahwa setiap orang mempunyai konstruksinya tersendiri terhadap sebuah realitas sosial (Eriyanto, 2002).

Permasalahan atau pertanyaan utama yang menjadi fokus paradigma konstruksionis adalah mengenai bagaimana peristiwa atau realitas dikonstruksi serta mencari tahu cara mengonstruksinya. Paradigma ini mampu memberi arahan untuk mengetahui serta memberikan penilaian terhadap bagaimana media, wartawan, dan bahkan berita itu sendiri dibentuk. Dengan paradigma ini berita akan dibaca cenderung menyesuaikan kepentingan dan ideologi dari media selaku pembuat berita. Hal ini menarik karena akan membuka peluang untuk melihat bagaimana berita itu dibentuk. Selain itu, paradigma konstruksionis mempermudah untuk mengetahui bagaimana *framing* di balik sebuah berita yang diterbitkan suatu media. Dalam penelitian ini, model analisis *framing* milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menjadi alat analisis utama untuk melihat apa yang dibentuk dari sebuah berita kepada khalayak.

Hasil dan Pembahasan

Hidayatullah.com merupakan salah satu *platform* media yang menayangkan informasi Islami berbasis daring berupa *website*. Informasi yang ditayangkan terbagi menjadi berita, kajian, artikel, kolom, ramadan, *feature*, spesial, konsultasi, redaksi, foto, dan video. *Hidayatullah.com* berdiri pada tahun 1996 yang dinaungi oleh PT Lentera Jaya Abadi (LJA) dan telah terdaftar dalam kementerian hukum dan hak asasi manusia RI.

Dengan rubrik yang beragam, konten-konten yang disajikan dalam media tersebut juga beragam, tidak kaku,

dan mengikuti bagaimana media *main-stream* lainnya. Hal tersebut bukan berarti Hidayatullah.com kemudian kehilangan ideologinya seperti media lainnya. Hidayatullah.com justru sampai sekarang masih konsisten dengan konten Islam dalam seluruh publikasinya.

Jika ditinjau memakai perspektif moderasi Islam, konten yang termuat di Hidayatullah.com bisa dikatakan masuk dalam kategori demikian. Moderasi sendiri di dalam dinamika media tersebut, diketahui sebagaimana yang disebutkan oleh Darlis Dawing dalam penelitiannya berjudul *Mengusung Moderasi Islam di Tengah Masyarakat Multikultural* (2017), yang mengatakan bahwa moderasi dapat dijumpai dalam tiap disiplin keilmuan Islam, mulai dari aspek akidah, syariah, tasawuf, tafsir hadis dan dakwah (Dawing, 2017). Dengan kata lain, karya jurnalistik di dalam *Hidayatullah.com* mempunyai nilai jurnalisme yang tidak terlepas dengan nilai-nilai keIslaman.

Melalui Hidayatullah.com, nilai keislaman dalam dunia jurnalistik hadir sebagai sarana dakwah. Hal demikian dapat dinilai bagaimana pesan-pesan dari tokoh Islam yang tersirat dan tersurat langsung di dalam pemberitaan. Pencarian narasumber *muslimin/muslimah* juga patut diperhitungkan dalam media yang berideologikan Islam, sebab pesan yang sampai adalah pesan dari sesama *muslimin/muslimah*. Diketahui juga bahwa setiap media yang beragam di Indonesia ini masing-masing mempunyai ideologinya sendiri sehingga membentuk sebuah *framing* dengan tujuan tertentu pada produk yang diterbitkan. Oleh karena itu, penelitian ini berkaitan dengan bagaimana *framing* dari Hidayatullah.com sebagai media yang berideologi keIslaman terhadap pemahaman pembaca.

Teori Framing

Proses *framing* berhubungan dengan gagasan ide terhadap suatu peristiwa atau tanda dibingkai sedemikian rupa untuk menghadirkan makna yang kemudian diyakini masyarakat sebagai suatu kebenaran. Pada penelitian ini difokuskan analisa mengenai bagaimana penyajian *feature* pada media daring *hidayatullah.com* edisi Maret 2021 dengan mengacu pada model *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Analisis *framing* seringkali dipakai dalam mengkaji sebuah berita ataupun tulisan. Fokus dan perhatian *framing* ini adalah untuk merincikan mengenai suatu realitas yang dikonstruksi melalui media. Produk jurnalistik dari media itu sendiri mempunyai tujuan tertentu dalam penyajiannya. Analisis *framing* ingin menjelaskan realitas yang dalam lingkup subjek, kelompok atau apa saja yang dibuat media telah melalui proses konstruksi pada praktiknya. *Framing* ini dijalankan media dengan melakukan seleksi terhadap isu tertentu serta menonjolkan satu hal dan menutupi hal lain.

Analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki digunakan dalam penelitian ini karena model keduanya dapat membantu menganalisa bagaimana bingkai/*framing* dari sebuah berita berdasar fungsinya sebagai titik fokus dari kumpulan ide. Dalam *framing* model Pan dan Kosicki, terdapat empat struktur/unit analisis. *Pertama*, struktur sintaksis merupakan susunan dari kata atau frasa dalam kalimat. Pada teks berita, sintaksis ini berarti susunan dari bagian-bagian berita berupa *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan, pernyataan sumber/opini dan penutup. Sintaksis dalam hal ini memiliki definisi tentang bagaimana wartawan menyusun fakta dalam berita. *Kedua*, skrip merupakan cara wartawan

Tabel 1.
 Kerangka Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT <i>FRAMING</i>	UNIT YANG DIAMATI
Sintaksi Cara wartawan menyusun kata	1) Skema Berita	<i>Headline, lead</i> , latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
Skrip Cara wartawan mengisahkan fakta	2) Kelengkapan Berita	5W + 1H
Tematik Cara wartawan menulis fakta	3) <i>Detil</i> 4) Kohenrensi 5) Bentuk Kalimat 6) Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat.
Retoris Cara wartawan menekankan fakta	7) Leksikon 8) Grafis 9) Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik.

dalam menuliskan fakta. Pola pada berita terdiri dari 5W+1H yaitu *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *where* (di mana), *why* (mengapa) dan *how* (bagaimana). *Ketiga*, tematik menjelaskan bagaimana cara pandang wartawan dalam menulis dan memaparkan fakta dalam peristiwa. Yang diamati pada struktur ini adalah hubungan antar kata (*koherensi*), proposisi atau kalimat. *Keempat*, retorik membahas mengenai cara wartawan menggambarkan kejadian/peristiwa melalui gaya bahasa tertentu. Struktur retorik ini di antaranya adalah leksikon, pemilihan dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai atau menggambarkan peristiwa. Juga, penekanan pesan terdapat pada elemen grafis yang mencakup foto, tabel, huruf tebal, miring, garis bawah dan huruf kapital (Eriyanto, 2002).

Feature

Berita terbagi menjadi dua yaitu *hard news* yang mana sarat akan peristiwa dan perlu disiarkan secepat-cepatnya dan *soft news* yang mana tidak terikat waktu, memuat informasi penting, menarik, dan mendalam. Sedangkan *feature* merupakan perpaduan antara *news* dan *views*, pada tulisannya terdapat ciri khas berupa tulisan yang bersifat ringan, fleksibel, memiliki daya tarik tinggi, serta mampu membuka cakrawala peristiwa dari sisi yang berbeda, serta terdapat penekanan aspek humanis. *Feature* merupakan karangan khas, bukan berita lurus (*straight/spot/hard news*) dan tidak memiliki tata penulisan baku yang dimiliki berita lurus (Djatnika, 2020).

Feature didefinisikan juga sebagai artikel kreatif, kadang subyektif dan diran-

cang untuk memberitahu serta menghibur pembaca mengenai sebuah peristiwa, situasi atau aspek kehidupan. Selain itu, *feature* mengacu pada hal yang faktual dan bukan karya tulis fiksi atau imajinasi, karena *feature* bersifat fakta dan termasuk dalam berita, maka nilai dasar penulisan *feature* mengacu pada nilai dasar berita (*news value*). Terdapat elemen-elemen dalam penulisan *feature* yaitu karakter (objek yang diangkat) di mana ini merupakan bagian pengikat cerita. Dalam *feature* terdapat peran utama dan peran pembantu. Pada *feature* profil, kepribadian atau sosok mengulas mengenai subjek yang diangkat yakni seseorang yang diperbincangkan karena capaian prestasinya atau karena kasus hukum yang menjeratnya, lebih dari itu pada sajian *feature* ini dijelaskan pula akan lebih efektif saat rekaman mengenai kehidupan sehari-harinya dituliskan.

Hasil Diskusi

Media massa hadir dengan beberapa fungsi yang di antaranya sebagai fungsi pendidikan, kontrol sosial, fungsi informasi, dan fungsi hiburan (Quadratullah, 2016). Dalam hal ini media massa hadir dalam bentuk daring yang mudah diakses. Jurnalisme *online* sendiri semakin berkembang. Era yang disebut dengan era digital ini dimulai tahun 1990-an ketika pemakai internet bertambah populer yang secara langsung membuat revolusi digital mempengaruhi kinerja dunia cetak (Rosyid, 2013).

Perubahan atau yang disebut dengan evolusi jurnalisme sesudah hadirnya internet banyak menuai perhatian dari para peneliti 20 tahun ini. Hal demikian terjadi karena perkembangan pesat teknologi *new media* (media baru) yang

mana dilihat sebagai suatu kekuatan yang kuat yang bahkan barangkali dapat mengubah wajah jurnalisme di masa yang akan datang. Maka dari itu, jurnalisme *online* disambut antusias sebagai sebuah “revolusi” (Suciati & Puspita, 2019). Hingga kini studi tentang perkembangan jurnalisme ini selalu diperhatikan dengan bukti banyaknya jurnal ilmiah yang membahas media-media daring sebagaimana sebuah lembaga dalam media cetak.

Sementara itu, dunia telekomunikasi saat ini banyak dikemas dengan berbagai macam rupa, ada yang fokus kepada dunia kuliner, dunia *traveling*, dan bahkan ada yang menamai lembaga mereka dengan identitas agama. Dalam urusan agama, Islam tidak dapat dilepaskan dengan kegiatan dakwah. Dalam dunia internet sendiri, terkhususnya pada kegiatan jurnalistik, media dakwah Islami harus mewujudkan pesan *kalimatun sawa, amar makruf nahi munkar* dan mewujudkan *rahmatan lil alamin* (Rosyid, 2013).

Pendakwah dan da'i diharuskan mampu mengikuti dan mengembangkan strategi komunikasi guna menarik obyek dakwah. Dalam era digital seperti sekarang, pendakwah harus mampu beradaptasi dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk kepentingan dakwah. Meskipun, dalam jagat digital budaya yang berkembang di sana tidak serta merta dapat dijalani dengan baik, sebab dunia digital mempunyai sifat yang seketika cair, labil, tak terduga, mudah berpindah, dan bertahan seketika (Rosyid, 2013). Maka dari itu, pendakwah di sini juga harus memperhatikan minat pembaca.

Pada titik itu kemudian jurnalisme dakwah lahir. Jurnalisme dakwah sendiri secara istilah diartikan sebagai proses meliput, mengolah, dan menyebarkan berita yang bermuatan Islam dan menuruti

kaidah jurnalistik serta aturan-aturan yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah (Hakim & Meidayanti, 2020). Salah satu media dakwah yang berlandaskan konten jurnalistik dakwah ialah Hidayatullah.com, yang mana isi berita maupun pembahasan yang diangkat tidak terlepas dengan tema keIslaman.

Sedangkan jika ditilik dalam dunia politik, media menempatkan dirinya bisa bermacam-macam; dari yang netral hingga memihak. Maka dari itu, di dunia politik media mengkonstruksikan realitas dengan menggunakan tiga komponen, yaitu pemakaian simbol-simbol politik, strategi pengemasan pesan (*framing strategies*), dan media menyediakan atau memberi tempat (*agenda setting function*) kepada sebuah pembahasan. Ketiga hal itulah yang menentukan bagaimana opini nanti terbentuk (Hamad, 2004).

Media massa dapat menjadi alat atau mediator yang efektif dalam publikasi satu ideologi politik tertentu. Cara bagaimana agar ideologi tersebut tersebar dalam dunia jurnalistik bekerja lewat perantara penulisan berita. Teks berita dapat dikatakan merupakan salah satu bentuk praktik ideologi yang tercermin lewat bahasa, tulisan, pilihan kata maupun struktur gramatika yang mampu dipahami sebagai pilihan yang diungkapkan memberikan makna ideologi tertentu dalam ukuran sebuah pro atau kontra dalam hubungannya dengan sudut pandang khalayak (Halwati, 2014). Media sangat layak dijuluki pisau bermata dua, ia dapat memberi doktrin atau pemahaman kepada pembaca hanya dengan teks-teks, di samping memberi informasi atas suatu peristiwa. Maka dari itu, konstruksi yang dilakukan oleh media sangat perlu juga untuk dipelajari.

Sementara itu, sebagai sebuah fakta sosial di dalam dunia media, Islam

sendiri dipahami dalam banyak versi, baik versi yang positif maupun negatif. Secara internal, bagi umat Islam, Islam tidak hanya diyakini sebagai jalan hidup, tetapi juga dipercaya sebagai agama penyempurna dari agama-agama samawi sebelumnya; Yahudi dan Nasrani. Dengan hal itu Islam dipandang sebagai agama yang paling sempurna. Sementara secara eksternal, bagi non-muslim, terutama di Barat, Islam cenderung dan terkadang dipahami secara lain atau berbeda. Adapun perbedaan itu ialah Islam dipandang dengan stigma, *prejudice* dan *stereotype* tertentu, seperti sebagai agama yang pro pada kekerasan, dan sarang terorisme (Fahmi et al., 2015).

Dalam dunia Barat, pandangan Islam sebagai agama yang buruk tidak hanya terlihat pada tataran sosiologis, tetapi juga merambah kepada wacana akademik. Orientalisme misalnya sering dikritik sebagai kajian akademik yang dianggap bias karena kental berbalut praduga dan sakwasangka negatif pada Islam. Hal tersebut menggambarkan "pengetahuan" yang dinamakan orientalisme ini sengaja dibuat dengan menyembunyikan motif nonakademis, yaitu apa yang disebut oleh seorang filsuf, Nietzsche, mengatakan "kehendak untuk berkuasa". Dengan begitu, ilmu pengetahuan kehilangan motifnya yang sebagai sarana yang mencerdaskan dan mencerahkan, malah terjadi penyimpangan di dalamnya yang terjadi karena bias dari kepentingan dan ideologi Barat (Fahmi et al., 2015).

Analisis Konten di Rubrik Feature

Konten-konten yang dianalisis ialah untuk mencari pesan-pesan dakwah yang tertuang di dalamnya dengan menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Kemudian,

adapun kegunaan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana media Islam membungkus sebuah konten tulisan dan keterkaitannya dengan kemajuan dakwah Islam melalui tulisan populer.

Analisis Pertama

Judul: Hijrahnya Seorang Pencuri Ulung
Reporter: Sirajuddin

Tulisan *feature* yang diceritakan dengan sudut pandang orang pertama ini dimulai dengan pengakuan narasumber yang terang-terangan mengatakan bahwa mencuri sudah menjadi pekerjaan pribadinya. Fakta yang dihadirkan di awal ini jika dianalisis dengan fokus pada struktur sintaksis, dapat ditemukan bahwa hal tersebut guna memperkuat sebuah ketimpangan moral dan agama (menjadi seorang pencuri). Hal demikian dihadirkan di awal untuk seakan-akan memberikan kesan yang negatif terhadap pembaca.

Fakta-fakta yang dihadirkan di awal ialah cenderung kepada konotasi negatif dalam moral dan agama. Apalagi dengan penekanan bahwa narasumber telah mencuri kotak amal masjid hingga rumah sakit. Ditambah lagi, di awal-awal berita digambarkan narasumber seperti tidak ada penyesalan dan malah seakan-akan membanggakan dirinya sebagai pelaku yang menyimpang. Maka dari itu, poin dalam sudut pandang agama di sini disinggol dengan penyimpangan perilaku manusia.

Tulisan yang dengan gamblang menuliskan fakta ini jika dianalisis pada struktur tematiknya, dapat didapatkan pada bagaimana penulis memberikan *detail-detail*, bentuk kalimat, dan kata ganti yang semakin membuat narasumber berkonotasi negatif. Setelah memberikan fakta-fakta

yang menurut agama menyimpang di tiga paragraf awal, kemudian penulis mengalirkan tulisannya dengan cerita dari narasumber dalam pengalaman mencuri. Maka di sini, setelah menerima informasi yang berkonotasi negatif, dapat menarik pembaca untuk mencari tahu lebih lanjut tentang cerita dari narasumber.

Dalam menuliskan cerita narasumber, di sini terlihat ada fakta-fakta yang lebih ditekankan. Tulisan *feature* ini lebih menitikberatkan kepada fakta perilaku yang menyimpang pada awal hingga pertengahan berita; fakta yang ditekankan adalah yang berhubungan dengan penyimpangan dalam nilai moral dan agama, seperti yang terdapat dalam alasan mengapa mencuri, apa yang dicuri, dan seakan-akan semuanya baik-baik saja. Dengan begitu, dilihat dari unsur retorik juga dapat dilihat bagaimana pembuat berita memberikan metafora-metafora, seperti pada kalimat “Saya masih terus menyisir hingga merasa cukup puas”, menyisir di sini dalam makna aslinya adalah memasuki rumah.

Setelah panjang lebar menceritakan perilaku menyimpang dari narasumber, pada bagian akhir tulisan *feature* ini terdapat penggabungan cerita narasumber dengan ayat Al-Qur’an. Dengan cerita narasumber yang diakhiri dengan berujung taubat dari perbuatan menyimpang (maksiat), perilaku dari narasumber seakan-akan digambarkan dengan klimaks yang berujung pencarian Tuhan. Pada akhir ini juga dituliskan dengan banyaknya pesan dakwah pada fakta tentang penyesalan, pencarian Tuhan, sebuah hidayah, dan disertakannya Surah An-Nisa ayat 17 yang tentang taubat di sisi Allah. Maka dapat dianalisis pada unsur skrip, bahwa kelengkapan 5W+1H dalam tulisan ini dilengkapi dengan *How* yang menjadi titik klimaks dalam pesan dakwah tentang pertaubatan.

Analisis Kedua

Judul: Dulu Kandang Kambing, Kini Berkembang ke Sekolah Alam Unik

Reporter: Azzam Habibullah

Ditinjau dari struktur sintaksis, cara penulis dalam menyusun kata yaitu dengan menggunakan sudut pandang orang pertama dalam skema tulisan *feature*. Sebagai pembuka, pembuat berita menyisipkan kutipan pernyataan dari narasumber yang mengisahkan mimpinya untuk bisa menyekolahkan anak-anaknya di tempat terbaik dan menyenangkan, sekaligus menjadi kesempatannya untuk akhirnya bisa mewujudkan Sekolah Alam Langit Biru (SALABI). Penulis juga mendukung sudut pandangannya dengan menyertakan pernyataannya terkait bagaimana latar belakang 'Pak Laso' yang diasumsikan sebagai segelintir orang yang akhirnya memberanikan diri untuk mendirikan sekolah, meski dijelaskan bahwa ia tidak memiliki latar pendidikan sebelumnya. Penulis juga menjelaskan sebab yang akhirnya membuat narasumber menyadari akan pentingnya pendidikan.

Dalam sub judul 'Berburu Lahan', penulis menceritakan fakta bagaimana proses narasumber dalam mewujudkan impiannya untuk mendirikan Sekolah Alam. Hal ini tercermin pada struktur tematiknya melalui detil dan bentuk kalimat, koherensi, serta kata ganti sebagai pendukung dari uraian penggambaran penulis terhadap narasumber. Penulis juga menyertakan bagaimana pengalaman narasumber dalam prosesnya membentuk Sekolah Alam. Selain itu, penulis juga mendukung dengan menyelipkan gambaran bagaimana suka dan duka serta cara narasumber menghadapi rintangan dalam prosesnya sampai akhirnya bisa terlahir Sekolah Alam.

Adapun dalam unsur retorik, pe-

nulis mencoba untuk menekankan fakta dengan cara menggambarkan narasumber melalui metafora. Salah satu kalimat metafora yang diselipkan penulis dari narasumber yaitu "Kambingnya di keluarin, anaknya dikandangin". Kalimat ini sekaligus mengisahkan bagaimana cara narasumber yang tidak menyerah saat dihadapkan kenyataan bahwa ia dan istrinya harus merapikan lahan yang jauh dari kata layak agar bisa dijadikan tempat untuk mendirikan Sekolah Alam.

Pada bagian akhir tulisan *feature* ini, penulis menyertakan secara implisit bagaimana cara narasumber menghadapi segala bentuk rintangan yang sempat menghadangnya dalam proses mewujudkan impiannya untuk bisa mendirikan Sekolah Alam. Penulis menyisipkan bentuk-bentuk perilaku positif yang sesuai dengan ajaran Islam dan tercantum dalam Al-Quran seperti mengamalkan ilmu yang dimiliki, senantiasa bersabar dalam menghadapi ujian, tidak mudah menyerah, selalu berprasangka baik meski kepada orang yang tidak menyukai kita, dan selalu menyerahkan segala urusan hanya kepada Allah. Hal ini sesuai dengan unsur skrip, yaitu bagaimana cara penulis dalam mengisahkan fakta dengan menyertakan unsur 5W+1H.

Analisis Ketiga

Judul : Suraidah Merajut Mimpi Anak-anak di Perbatasan

Reporter : Sirajuddin

Feature ini mendeskripsikan tentang perjuangan ibu Suraidah untuk membangun pendidikan yang layak bagi anak-anak di perbatasan. Topik dari *feature* ini menitikberatkan pada kesenjangan pendidikan anak-anak di kawasan Pulau

Sebatik. Sudut pandang yang dipakai dalam tulisan *feature* ini menggunakan sudut pandang orang ketiga, berupa penjelasan mengenai tokoh Suraidah menggunakan kata ganti nama. Pada *headline feature* ditampilkan informasi dengan mengambil inti permasalahan yang diangkat dari topik “Suraidah Merajut Mimpi Anak-anak di Perbatasan.” Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan tokoh terkait alasan mereka putus sekolah sehingga menjadi bukti bahwa ia benar-benar ingin memperbaiki pendidikan anak-anak di perbatasan tersebut dengan membangun sekolah di pulau itu.

Jika dilihat dari segi tematik, dalam *feature* ini paragraf yang dituliskan terlihat sistematis dengan rentang jumlah kalimat antara tiga hingga lima kalimat. Koherensi antar kalimat yang digunakan untuk mendeskripsikan isi berita menggunakan kata sambung yang tepat dengan diselingi pernyataan tokoh sehingga mudah dipahami. Fakta-fakta yang disampaikan pada awal berita cenderung memiliki konotasi positif dalam hal moral dan agama. Terlebih dengan adanya deskripsi bahwa Suraidah telah mendirikan Madrasah Ibtidaiyah (MI) Darul Furqon pada tahun 2014, yang targetnya agar anak-anak dapat menghafal 30 juz ketika lulus MI. Sehingga dalam sudut pandang agama hal ini merupakan perilaku terpuji yang dapat menjadi inspirasi untuk berbuat baik bagi orang lain.

Sementara itu jika dilihat dari unsur retorik, *feature* ini ditulis dengan menekankan pada gambaran tentang narasumber melalui metafora ucapan narasumber “anak-anak tidak sekadar butuh pengetahuan, tetapi juga pendidikan karakter. Pesantren sangat tepat untuk mendidik karakter mereka.” Kutipan tersebut membuktikan tentang perjuangan Ibu Suraidah yang ingin memajukan pendidikan dan sikap

pantang menyerah untuk anak-anak di Pulau Sebatik

Dalam judul *feature* ini juga kisah yang diangkat memuat fakta dengan mendeskripsikan secara mendalam menggunakan bahasa yang relatif santai dan mudah dipahami. Berita yang berjudul “Suraidah Merajut Mimpi Anak-anak di Perbatasan” menjelaskan mengenai aksi nyata yang dilakukan Suraidah dalam membangun sekolah di kawasan Pulau Sebatik. Sasaran dari peserta didik yang diajar adalah anak tenaga kerja Indonesia yang sempat putus sekolah karena keterbatasan ekonomi dan akses daerah. Tempat belajar yang didirikan oleh Suraidah sendiri hanya berukuran 6x9 meter dan merupakan kolong rumahnya sendiri yang dibatasi dengan potongan triplek sebagai penyekat. Usaha yang dilakukan pun tidak main-main untuk mendatang anak didiknya serta wali agar bersedia untuk dilaksanakan proses belajar mengajar. Maka, dari teks *feature* tersebut sudah memenuhi unsur skrip dengan adanya unsur 5W+1H.

Analisis Keempat

Judul: Hidayatullah Soppeng ‘Bengkel’ Anak-anak Berprestasi

Reporter: Sirajudin

Pada *feature* ini, jika pertama-tama dianalisis dengan struktur sintaksis, maka dapat ditemukan bahwa pembuat berita menggambarkan suasana dalam berita dengan memberikan penggambaran yang terkesan membuat penasaran. Adapun alasan semacam itu dilakukan adalah untuk menarik perhatian pembaca yang pada akhirnya diarahkan kepada pokok pembahasan. Maka dari itu, penulis dengan teliti menggambarkan keadaan sekitar,

yang berujung kepada menampilkan daya tarik terhadap Pesantren Hidayatullah Salaonro-Soppeng. *Lead* yang membuat pembaca penasaran tersebut, disusun dengan kata-kata yang baik sehingga pembaca memfokuskan kepada tujuan akhir yang akan dibahas di dalam *feature* tersebut.

Sementara, jika ditinjau dengan struktur skrip, pengisahan fakta pada *feature* ini hampir lengkap. Penulis mengurutkan kejadian, seperti kondisi waktu sekarang, kemudian kembali ke hari sebelumnya sebagai mana keterangan narasumber. Adapun pada unit 5W+1H, belum dapat dikatakan lengkap sebab pada *how*, data yang diambil dari narasumber karena hasil wawancaranya belum cukup memuaskan untuk tergolong kedalam unit *how*. Namun, hal semacam itu tidak mengurangi esensi dari berita dalam mengisahkan fakta. Nilai keIslaman yang disampaikan pada bagian ini cukup unik, penulis memasukkan unsur “menggelitik” kala menuliskan narasumber mengoleksi dan mempreteli mobil tua hanya sebagai hobi, sedangkan narasumber itu sebagai pengelola pondok pesantren. Hal semacam ini terlihat seperti ingin memberitahu bahwa lingkungan pesantren tidaklah kaku.

Dalam penyusunan paragraf atau hubungan antara kalimat, didapati bahwa penulis memasukkan unsur-unsur keIslaman dalam tulisan dengan cukup menarik. Jika dianalisis dengan struktur tematik, maka dapat ditemukan detil-detil yang menerangkan sisi berbeda dari pokok awal dalam pembahasan *feature* ini. Adapun bentuk kalimat yang terdapat dalam berita ini terlihat lugas tanpa memberatkan dengan bahasa-bahasa yang sulit dipahami masyarakat awam. Pada poin tersebut, terlihat bagaimana penulis ingin mengabarkan tentang pondok pesantren kepada seluruh lini masyarakat dengan

bahasa yang mudah dimengerti.

Pesan dakwah dalam *feature* ini dapat diketahui menggunakan struktur analisis retorik karena dapat ditinjau dengan menekankan fakta. Adapun fakta yang ditekankan adalah kondisi Pondok Pesantren Hidayatullah Salaonro-Soppeng yang harus dikembangkan. Penekanan tersebut dapat terlihat pada salah satu kalimat, “...*semoga Allah memberikan kekuatan serta keistiqomahan bagi pengurus dan santri Hidayatullah Soppeng agar terus berjuang*”. Makna berjuang yang dimaksud ialah ditegaskan pada kalimat setelahnya, yaitu untuk mengembangkan pesantren lebih baik lagi. Pesan dakwah dengan memberikan informasi mengenai suatu kondisi umat muslim, terlebih lagi dalam bidang pendidikan semacam ini dapat menarik simpati orang-orang bahwa umat Islam seharusnya saling membantu dalam urusan agama.

Penutup

Berdasarkan analisis, Hidayatullah.com dapat dikatakan mampu untuk menyajikan konten-konten dakwah tanpa mengurangi kode etik jurnalistik. Konten yang disajikan di rubrik *feature* merupakan jenis tulisan yang menarik. Hidayatullah.com menyediakan gaya penulisan dengan struktur retorik yang unik, terutama pada idiom yang dipilih. Adapun dakwah yang diutamakan dalam Rubrik *Feature* ini ialah memberikan cerita yang mampu menggugah hati pembaca. Di antaranya, Hidayatullah.com memilih isu yang tragis dan beberapa mengangkat isu yang terkesan lucu. Oleh karena itu, penyajian dakwah lewat dunia jurnalistik memberikan warna baru, terutama pada pemilihan isu, pengolahan fakta yang baik,

serta memberikan *framing* sebagai dakwah.

Ditinjau dengan perspektif jurnalisme dakwah, kehadiran Hidayatullah.com menyuguhkan pembaruan. Pasalnya, pesan-pesan dakwah tersalurkan melalui jenis tulisan *feature* sehingga pembaca dapat bertahan lama untuk membacanya karena disajikan dengan gaya bahasa dan struktur penulisan seperti karya sastra. Hal ini berbeda dengan media konvensional yang dominan memakai bahasa Indonesia yang kaku. Maka dari itu, pertimbangan menyajikan sebuah karya jurnalisme dakwah perlu dimulai dari memilih isu yang akan diangkat sehingga mampu *related* dengan keadaan pembaca, kemudian mengolah fakta dengan gaya bahasa yang tidak kaku, dan memberikan kesimpulan di bagian akhir dengan elemen yang mampu menguatkan pesan dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Kencana.
- DataIndonesia. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Dawing, D. (2017). *Mengusung Moderasi Islam di tengah Masyarakat Multikultural*. Rausyan Fikr: Jurnal Ilmu Studi Ushuluddin Dan Filsafat, 13(2), 225–255. <https://doi.org/10.24239/rsy.v13i2.266>
- Dermawan, A. (2005). *Ibda bi Nafsika: Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*. Tiara Wacana.
- Djatnika, R. B. (2020). *Penyajian feature sosok inspiratif: Studi analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki mengenai feature sosok inspiratif di media Beritabaik.id edisi Maret 2020 [Diploma, UIN Sunan Gunung Djati Bandung]*. <http://digilib.uinsgd.ac.id/37756/>
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing*. LKiS.
- Fahmi, M., Abdullah, I., Noviani, R., & Udasmoro, W. (2015). *Diskursus Islam dalam Konstruksi Media*. LiNGUA: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra, 10(2), 55–64. <https://doi.org/10.18860/ling.v10i2.3214>
- Fuchs, C. (2014). *Digital Labour and Karl Marx*. Routledge.
- Hakim, L., & Meidayanti, A. (2020). *Implementasi Jurnalisme Dakwah dalam Media Online Islam: Analisis Isi Berita VOA-Islam.com*. Jurnal Komunikasi Islam, 10(1), 173–193. <https://doi.org/10.15642/jki.2020.10.1.173-193>
- Halwati, U. (2014). *Membongkar Konstruksi Politik di Media Massa, Analisis Wacana terhadap Harian Kompas Tahun 2013-2014*. Jurnal Penelitian Agama, 15(2).
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa (Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999)*. MAKARA of Social Sciences and Humanities Series, 8(1).
- Haryanto, I. (2014). *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*. Buku Kompas.
- Kango, A. (2014). *Jurnalistik dalam Kemasan Dakwah*. Jurnal Dakwah Tabligh, 15(11).
- KBBI. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. <https://kbbi.kemdikbud>

go.id/entri/dakwah

L. Berger, P., & Luckmann, T. (2012). *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. LP3ES.

Masduki. (2015). Kurikulum Komunikasi dan Jurnalistik Dakwah Perbandingan dan Rekomendasi Pembaruan. *Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1), 95–114. <https://doi.org/10.14421/jpi.2015.41.95-114>

Qudratullah. (2016). Peran dan Fungsi Komunikasi Massa. Vol. 17 No. 2 Desember 2016(Vol. 17 No. 2 (2016)), 41–46. <https://doi.org/10.24252/jdt.v17i2.6024>

Rosyid, M. (2013). Mengevaluasi Jurnalisme Online sebagai Dakwah. *At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1.

Schwab, K. (2019). *Revolusi Industri Keempat*. Gramedia Pustaka Utama.

Suciati, T. N., & Puspita, R. (2019). Bukan Hanya Situs Berita: Ikhtisar dan Tren Jurnalisme Online Indonesia. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 9(2), 20–30. <https://doi.org/10.35814/coverage.v9i2.1123>

Sulaeman, A. R. (2019). Peluang Jurnalisme Dakwah di Era Digital. *STIMULUS: International Journal of Communication and Social Sciences*, 1(2), 39–54.

Problematika Perempuan Karier di Era Modern: Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Film Hanum dan Rangga: *Faith and The City*

Fikriyatul Islami Mujahidah^{(a)*}

^(a) Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Korespondensi Penulis, E-Mail: edogawaislaa@gmail.com

ABSTRACT

Keywords:

Career women,
problematic, semiotic,
Roland Barthes.

Grassy and career might be a common choice for women today. Unfortunately, the clasp of patriarchy culture seemed to slip away. Where women who have a career still have to face various types of problems. The study analyses the problems that career women face with research subjects of Hanum and Rangga: *Faith and The City*. The method of analysis used is Roland Barthes semiotics with a qualitative descriptive approach. Data obtained is analyzed to identify the meanings of denotations, connotations, and myths. It is found to be problematic that women must face in external and internal factors. Among other things; Cultural constructions of patriarchy, employment opportunities, and homemaking. Internal factors; Parenting and uncertainty.

ABSTRAK

Kata Kunci:

perempuan karier,
problematika, semiotika,
Roland Barthes.

Berumah tangga sekaligus berkarier sudah menjadi pilihan umum bagi perempuan modern jaman sekarang. Sayangnya, perempuan yang berkarier, masih harus menghadapi berbagai macam problematika meski sudah berada di era modern dan lingkungan pendidikan yang tinggi sekalipun. Penelitian ini menganalisis problematika apa saja yang dihadapi perempuan karier dengan subjek penelitian film Hanum dan Rangga: *Faith and The City*. Menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang didapat dianalisis untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos. Ditemukan problematika yang harus perempuan karier hadapi dalam faktor eksternal dan internal. Antara lain; konstruksi budaya patriarki, peluang kerja, dan kerumahtanggaan. Faktor internal; pengasuhan anak dan perasaan bimbang.

PENDAHULUAN

Bentuk pekerjaan modern saat ini yang dianggap maju oleh beberapa kalangan, justru masih saja melanggengkan budaya patriarki dalam prakteknya. Bahkan meski sudah berada di era modern dan memiliki pendidikan yang tinggi, sosok perempuan dalam urusan rumah tangga sangat berkaitan erat dengan sektor domestik (Solihati, 1986). Terdapat 62.152 perempuan pekerja rumah tangga yang tidak dibayar alias ibu rumah tangga, berbanding jauh dengan jumlah laki-laki yang hanya 14.128 (Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas), 2019). Budaya masyarakat menganggap perempuan sebagai makhluk yang lemah lembut, cantik, emosional, bahkan tidak rasional sementara laki-laki dianggap kuat, rasional, dan perkasa (Gender et, al.,) sehingga laki-laki lebih dipercaya untuk memimpin ketimbang perempuan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPD) tahun 2017-2019 tentang distribusi jabatan manager (Sakernas Agustus, 2019) menunjukkan jumlah laki-laki sebagai manager berturut-turut sejak 2017 sampai 2019 yakni sebesar 73,37%, 71,03%, dan 69,37%. Sementara presentase perempuan sebagai manager adalah 26,63%, 28,97%, dan 30,63%.

Perempuan masih diposisikan sebagai *the second class* sementara pria sebagai *the first class*. Bahkan wanita yang telah menikah akan mendapatkan gelar *kanca wingking* (Solihati, 1986) alias pendamping suami yang berada di belakangnya. Para istri yang memilih untuk berkarier pun tidak bisa lepas dari belenggu ini dan tetap berkewajiban mengurus urusan domestik rumah tangga sehingga terjadi *double burden* yang merupakan dampak pola pikir gender yang tidak adil (Oktaviani, 2021). Padahal pada hakikatnya urusan domestik

rumah tangga adalah kewajiban bersama antara suami dan istri karena keduanya sama-sama manusia (Putra et al., 2021).

Konstruksi bias gender ini mengakar kuat di masyarakat bahkan pendidikan tinggi yang tempuh perempuan tidak ada artinya. Jumlah pengangguran terbuka tingkat Diploma I/II/III/Akademi/Universitas (Bedagai Serdang, 2015) masih didominasi perempuan dengan angka 1.159 sementara laki-laki pengangguran terbuka dengan tingkat pendidikan yang sama hanya 254. Konstruksi bias gender ini bahkan telah merambah perfilman Indonesia. Salah satu film yang menyiratkan problematika perempuan karier adalah Film Hanum dan Rangga: *Faith and The City* karya sutradara Benni Setiawan yang tayang perdana pada tahun 2018 dengan 201.378 (Aragon, 2018) penonton meski sempat mendapat *cyber bullying* karena isu politik yang membersaminya. Selain mengangkat dinamika Islam di Amerika, film ini juga menggambarkan masalah yang dihadapi sosok Hanum Salsabiela Rais, sosok perempuan berpendidikan yang kesulitan meniti karier bahkan di Amerika sekalipun.

Penelitian Irmawati menemukan problematika wanita karir dalam membangun keluarga sakinah yakni kurang mampunya perempuan dalam mengatur waktu dengan baik dan komunikasi yang kurang baik (Irmawati, 2021). Sehingga menjadi problematika tersendiri bagi perempuan yang berkarier bahkan di era modern saat ini dan bagi yang tidak berpendidikan hingga yang berpendidikan tinggi sekalipun.

Dengan begitu, sesuai dengan penelitian Salma Husniyati bahwa perempuan harus *multitasking*, memiliki manajemen waktu yang baik, dan mendapat dukungan dari pihak-pihak yang terlibat untuk mengu-

rangi problematikanya sebagai perempuan karir (Husniyati, 2021). Hal ini kemudian menunjukkan kinerja peran ganda seorang perempuan karir dan merupakan bentuk diskriminasi gender. Sebagaimana penelitian Halimatus Sakdiyah menemukan bahwa terjadi diskriminasi gender berupa pembatasan perilaku sosial, marginalisasi, subordinasi, stereotipe, dan kekerasan psikis dan mental terhadap wanita (Sakdiyah, 2018). Berbeda dengan laki-laki yang bebas berkarier tanpa hambatan, penelitian oleh Oktarisa Halida menemukan hambatan dan dampak yang harus ditanggung oleh seorang perempuan karir (Halida and Mas'ud, 2013).

Dalam penelitian ini diharapkan tercermin bahwa pendidikan tinggi dan lingkungan modern seperti Amerika pun tidak berhasil melepaskan perempuan dari pola pikir patriarki. Bagaimana perempuan karir yang sudah berada di lingkungan modern dan berpendidikan tinggi masih harus berhadapan dengan berbagai problematika. Melalui film *Hanum dan Rangga: Faith and The City* yang peneliti ulas dalam tatanan makna denotasi, konotasi, dan mitos. Sehingga terbuka cakrawala mengenai problem yang harus dihadapi seorang wanita karir dan beban ganda yang mengungkungnya dalam budaya patriarki. Diharapkan ke depannya di era modern ini para perempuan karir bisa lebih leluasa mengembangkan diri tanpa tanggungan beban dan tekanan dari budaya patriarki.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dalam mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan data yang ada. Format pene-

litian dengan metode deskriptif kualitatif yakni dengan meringkas berbagai macam kondisi sosial masyarakat sehingga menjadi objek penelitian sebagai ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran dari fenomena tertentu (Bungin, 2007). Metode deskriptif kualitatif memiliki tujuan melihat realitas dan fakta di kalangan masyarakat secara keseluruhan dan bukannya terpisah satu sama lain (*partial*) (Raco, 2010). Selaras dengan tujuan penelitian yakni untuk menemukan problematika wanita karir dalam film *Hanum dan Rangga: Faith and The City* yang perlu melihat fakta secara menyeluruh.

Semiotika Roland Barthes

Dalam penelitian ini digunakan analisis semiotika sebagai disiplin ilmu yang mempelajari obyek, peristiwa, dan seluruh kebudayaan sebagai tanda (Alex, 2013), tujuannya adalah menunjukkan tanda-tanda dan kaidah yang membentuknya (Mudjiono, 2020). Secara teknis analisis semiotika bekerja dengan mengklasifikasikan tanda berdasarkan kriteria dan membuat prediksi (Mulyana, 2003). Menurut Roland Barthes semiotika adalah ilmu yang mempelajari kemanusiaan memaknai objek-objek tidak hanya membawa informasi melainkan juga mengkonstruksi sistem struktur tanda (Sunata, 2020).

Semiotika Roland Barthes terfokus pada signifikansi dua tahap (*two order of signification*) yakni denotasi dan konotasi (Pratiwi, 2019). Analisis semiotika Roland Barthes juga terbagi ke dalam tiga elemen (Gunawan & Junaidi, 2020): makna (1) Denotasi yang berarti tingkatan makna deskriptif dan literal dalam tataran sesungguhnya. (2) Konotasi ialah makna yang muncul dari penanda sehingga bermakna lebih luas seperti kepercayaan,

sikap, ideologi sosial dan sebagainya. (3) Mitos yakni tanda yang dinaturalisasi sehingga menjadi bentuk kebenaran oleh kepercayaan masyarakat.

Penanda dan dari adegan-adegan film Hanum dan Rangga: *Faith and The City* dianalisis ke dalam makna yang dapat dilihat secara tersurat (denotasi), terisat (konotasi), dan kepercayaan masyarakat (mitos). Analisis semiotika secara teknis mencakup klasifikasi tanda-tanda yang dipakai dalam komunikasi, menggunakan kriteria sebagai dasar kualifikasi dan menggunakan analisis tertentu untuk membuat prediksi (Mulyana, 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses perubahan masyarakat dari tradisional ke modern merupakan proses modernisasi yang mengharuskan adanya penyesuaian (Ardiyanto, 2021). Problematika merupakan kumpulan dari beberapa masalah yang menimpa seseorang sehingga memunculkan rasa tidak nyaman dan kesulitan dalam mencapai suatu tujuan. Perempuan karier merupakan dua gabungan kata yakni “perempuan” dan “karier” sehingga memunculkan satu makna utuh yakni perempuan dewasa yang mengembangkan diri melalui untuk suatu profesi. Ciri perempuan karier adalah selalu aktif melakukan kegiatan profesional yang sesuai dengan *passion*-nya (Syafi'i, 2017). Perempuan karier terbagi dalam perempuan tunggal tanpa anak, perempuan menikah tanpa anak, dan perempuan karier mempunyai anak (Mudzhar & Anto, 2001).

Problematika perempuan karier yakni permasalahan yang harus seorang perempuan karier hadapi baik di zaman dahulu atau pun di era modern. Bentuk pekerjaan modern yang dianggap maju saat

ini, justru masih melanggengkan sistem patriarki yang menjadi problematika yang ditentang oleh para perempuan karier (Ardiyanto, 2021). Problematika ini terbagi menjadi dua faktor yang menjadi penyebab perempuan karier menghadapi berbagai problematika. Yakni faktor eksternal yang terdiri dari: (1) Konstruksi budaya patriarki, (2) Peluang kerja, (3) Kerumahtanggaan. Juga faktor internal yang terdiri dari: (1) Pengasuhan anak, (2) Perasaan bimbang (Mudzhar & Anto, 2001). Diketahui bahwa perempuan yang berkarier lebih banyak mengalami problematika baik secara internal maupun eksternal dengan perbandingan 54,1% untuk ibu bekerja dan 38,2% untuk ibu yang tidak bekerja (Rahmayati, 2020).

Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang pertama yakni budaya patriarki yang membelenggu perempuan. Pandangan sempit soal perempuan ini menyebabkan mereka tidak memperoleh dukungan masyarakat untuk mengembangkan karier (Mudzhar & Anto, 2001). Sehingga gerakannya dalam ranah pekerjaan pun terbelenggu oleh kebudayaan lama yang merugikan. Tidak hanya masyarakat, orang-orang terdekat seperti suami dan keluarga pun bisa jadi turut melanggengkan budaya patriarki di era modern ini.

Konstruksi Budaya Patriarki

Adegan pertama yang dianalisis dalam film adalah adegan yang menunjukkan bahwa seorang perempuan tidak memiliki kuasa untuk memutuskan sendiri kariernya tanpa izin suami. Sebagaimana pola pikir masyarakat yang bersifat patriarkis sehingga membelenggu sosok perempuan

Tabel 1

Adegan	Visual	Verbal
<p>Durasi film ke menit 08.41”</p>	 <p>Hanum mengangkat panggilan video dari Andi Cooper dengan wajah resah.</p>	<p>Hanum: “Ya, Mr. Cooper, saya rasa, saya ... saya nggak bisa jawab ini semua. Ehm ... saya ... saya nggak bisa karena saya harus benar-benar balik ke Eropa. Ehm ... dengan sangat berat hati ... eh ... saya pikir saya nggak bisa menerima tawaran ini.”</p>

dalam usaha-usaha mengembangkan diri melalui karier. Hal ini berkaitan dengan *gender stereotype* yang menyatakan bahwa laki-laki membujang sebagai laki-laki berpendidikan dan pekerja keras, sementara wanita jika membujang maka dianggap perempuan gila (Cholil & Basri, 2021).

Tanda denotasi dari adegan ini yakni Hanum menunjukkan wajah yang sangat resah karena Rangga tidak mengizinkannya menerima tawaran magang di GNTV. Hanum berusaha menyembunyikan keinginannya yang sangat besar untuk bisa menerima tawaran magang yang merupakan salah satu impian besarnya selama ini. Rangga mengetahui itu namun mengabaikannya dan secara tersirat memaksa Hanum untuk menolak.

Makna konotasi dalam adegan ini yakni sebagai seorang istri Hanum tidak bisa melakukan protes meski sebenarnya ia sangat ingin menerima tawaran magang di GNTV, namun Rangga selaku suaminya tidak mengizinkan. Hanum tidak bisa berbuat apa-apa karena selayaknya istri, ia tidak bisa mengambil keputusan apapun tanpa adanya restu seorang suami. Hanum

tidak berkuasa atas dirinya sendiri dan tidak bisa membuka dialog dengan sang suami untuk menentukan keputusan yang terbaik.

Mitos yang muncul pada tanda ini adalah mengenai kekuasaan suami atas seluruh keputusan istri tak terkecuali karier. Mitos ini tertanam di dalam budaya patriarki yang menjunjung tinggi laki-laki dan memaksa perempuan agar hanya patuh kepada perintah (Handra & Nurizzati, 2019). Penekanan ketaatan istri terhadap suami, dapat dilihat dalam pembahasan tentang istri tidak boleh menentang suami, bahkan tidak bisa melakukan sesuatu termasuk berkarier apabila tidak mendapat izin suami (Aizid, 2018) meskipun apa yang akan ia lakukan adalah hal yang baik.

Dari mitos relasi kuasa seorang suami di atas istri ini akan memunculkan persepsi bahwa istri tidak lebih berdaya daripada suami. Padahal Al Quran sendiri tidak pernah melakukan diskriminasi apapun terhadap perempuan. Bahkan keduanya memiliki hak yang sama dalam partisipasi publik dan lain sebagainya. Se-

bagaimana dikemukakan Achmad Mulyadi dalam Relasi Laki-laki dan Perempuan (Mulyadi, 2012), bahwa suami dan istri di dalam Al Quran digambarkan berfungsi seperti pakaian antara satu sama lain yang berarti memiliki hak dan kewajiban yang seimbang.

Memang benar suami adalah pimpinan bagi istri, namun kepemimpinan yang baik adalah yang tidak otoriter (Setiyanto, 2017). Kepemimpinan yang dimaksud adalah dalam hal menafkahi dan mengayomi istri, bukan bertindak semena-mena melainkan mengajak bersama dalam berbagai hal. Dialog antara suami dan istri tentang keinginan masing-masing adalah hal penting termasuk membicarakan soal karier istri dan kebaikan rumah tangga bersama.

Melalui sikap dan ucapan Rangga dalam adegan ini, mengisyaratkan bahwa ‘tukang’ adalah pekerjaan laki-laki sebagaimana budaya patriarki yang menganggap perempuan adalah makhluk lemah. Kenyataan bahwa perempuan juga mampu mengerjakan pekerjaan pria seolah diabaikan begitu saja karena kuatnya budaya patriarki yang mengakar dalam masyarakat.

Tanda denotasi dalam adegan ini adalah saat Rangga mengatakan bahwa pekerjaan tukang-menukang adalah pekerjaan seorang laki-laki dan perempuan tidak bisa melakukannya. Namun dalam adegan tersebut, Azima justru berhasil melakukan pekerjaan ‘tukang’ yang gagal dilakukan Rangga. Azima menegaskan bahwa perempuan juga bisa melakukan apa saja layaknya seorang laki-laki.

Tabel 2

Adegan	Visual	Verbal
<p>Durasi film ke menit 35.47”</p>	 <p>Azima memerhatikan Rangga yang sedang membenahi saluran air di rumahnya.</p>	<p>Azima: “Atau aku saja yang perbaiki?”</p> <p>Rangga: “Tidak-tidak usah, aku bisa, sebentar lagi selesai.”</p> <p>Azima: “Kenapa, sih, laki-laki paling susah mengakui keunggulan perempuan?”</p> <p>Rangga: “Bukannya gitu, ini memang pekerjaan laki-laki.”</p> <p>Azima: “Hem ... tidak juga. Aku <i>single parent</i> jadi aku harus bisa melakukan apa saja.”</p>

Konotasi dari adegan ini terlihat jelas bahwa Rangga masih memiliki pola pikir patriarki yang beranggapan bahwa perempuan selalu lebih lemah daripada laki-laki. Ia tidak mau mengakui bahwa dirinya sendiri kesulitan saat hendak memperbaiki saluran air. Rangga pun enggan mendapat bantuan dari seorang perempuan dan secara tidak langsung meremehkan kemampuan perempuan.

Namun pada akhirnya sosok perempuan dalam adegan ini yakni Azima yang diremehkan, justru berhasil melakukan pekerjaan yang dianggap sebagai pekerjaan laki-laki. Hal ini menyiratkan bahwa pemikiran bahwa perempuan lebih lemah daripada laki-laki tidaklah selalu benar. Adegan ini juga menunjukkan bahwa anggapan Rangga tentang perbedaan pekerjaan laki-laki dan perempuan tidaklah terbukti.

Mitos budaya patriarki dalam adegan ini adalah tentang pembagian kerja antara laki-laki dan perempuan. Dimana

laki-laki dianggap selalu mampu melakukan pekerjaan kasar dan berat serta berpikiran lebih rasional. Sementara perempuan hanya mampu mengurus pekerjaan rumah tangga dan dianggap lemah. Sehingga seringkali perempuan diremehkan, tidak dipercaya untuk mengerjakan berbagai hal yang dianggap pekerjaan laki-laki termasuk berkarier dengan baik.

Tanda denotasi adegan ini adalah Rangga yang mengeluhkan jenis menu sarapan buatan Hanum yakni mi instan yang sama dengan hari-hari sebelumnya. Tanda konotasi menunjukkan bahwa menyiapkan sarapan adalah kewajiban istri meski suami tidak bekerja. Meskipun bekerja, istri tetap wajib melayani urusan domestik sehingga terjadi *double burden* (Gego, 2021). Bahkan dengan pelayanan seorang istri yang sekaligus bekerja, suami masih bersikap tidak menerima dan menuntut hal lebih.

Mitos adegan ini berupa konstruk sosial tentang budaya patriarki yang berang-

Tabel 3

Adegan	Visual	Verbal
<p>Durasi film ke menit 41.50”</p>	<div data-bbox="660 1473 1029 1680" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="727 1709 963 1986">Sebelum berangkat kerja Hanum menyiapkan sarapan mi instan. Rangga mengeluh karena Hanum hanya memasak mi instan untuk sarapannya.</p>	<p data-bbox="1086 1420 1313 1733">Hanum (melalui rekaman suara): “Pagi sayang, aku harus berangkat pagi, nih untuk liputan. Oh, iya, aku sudah siapkan sarapan mi instan buat kamu.”</p> <p data-bbox="1086 1816 1313 1883">Rangga: “Hah ... mi lagi, mi lagi.”</p>

gapan bahwa istri yang bekerja merupakan sesuatu yang negatif (Sari & Anton, 2020) dan ia tidak akan bisa mengurus dapur dengan benar. Meski ia berprestasi dalam karier, ia akan tetap dianggap tidak baik karena tugas utamanya adalah mengurus urusan domestik rumah tangga. Hal ini menunjukkan betapa sempit ruang gerak seorang perempuan dalam mengekspresikan dan mengaktualisasikan dirinya apabila telah menikah. Dominasi laki-laki dalam rumah tangga menempatkan perempuan sebagai penanggungjawab ranah domestik bahkan membungkam hak perempuan untuk berekspresi (Novarisa, 2019).

Mitos ini tidak berlaku bagi pria ataupun sosok laki-laki yang bebas meniti karier dan mengembangkan pengalamannya. Berbeda dengan seorang istri, mitos masyarakat menyetujui bahwa suami tidak dibebani urusan domestik rumah tangga sehingga secara tidak langsung istri memiliki beban lebih (Harahap, 2020). Hal ini kemudian memunculkan ketimpangan antara tanggungjawab suami dan istri yang seharusnya pekerjaan rumah tangga

adalah tanggung jawab keduanya.

Dengan alasan Hanum sibuk bekerja, pertengkaran demi pertengkaran mulai terjadi dalam rumah tangga mereka berdua. Sesuai yang disampaikan oleh Prawitasari Purwanto dan Yowono dalam Konflik Keluarga pada wanita Karier (Nugrahaningtyas et,all bahwa jam kerja dan tuntutan keluarga yang tinggi akan memunculkan konflik. Kali ini Rangga mengatakan bahwa Hanum telah melalaikan kewajibannya sebagai seorang istri.

Tanda denotasi terlihat pada Rangga yang beranggapan bahwa Hanum telah melalaikan kewajiban sebagai seorang istri. Lalu Hanum menyangkal dengan menyebut telah menunaikan kewajiban melayani suami dan meminta izin bekerja, juga bahwa perempuan sama seperti laki-laki yang mempunyai impian dan cita-cita.

Tanda konotasi yang terlihat adalah bahwa Rangga menganggap karier telah membuat Hanum melupakan kewajibannya melayani suami. Sementara Hanum menyadari bahwa tidak ada kewajiban yang

Tabel 4

Adegan	Visual	Verbal
Durasi film ke menit 57.39”	 <p data-bbox="676 1742 858 1980">Hanum marah karena Rangga menyebutnya telah melalaikan kewajiban sebagai seorang istri.</p>	<p data-bbox="986 1447 1353 1547">Rangga: “Sampai kamu juga melupakan tugas utama kamu sebagai seorang istri.”</p> <p data-bbox="986 1570 1353 1850">Hanum: “Aku? Aku kata kamu melupakan kewajiban sebagai seorang istri? yang mana yang aku lupa? aku terus melayani kamu, aku minta izin kamu sebagai <i>ridho</i> suami. Mas, aku juga punya impian sama seperti laki-laki!”</p>

ia tinggalkan dan melihat Rangga telah meremehkannya. Hal ini karena selama meniti karier sebagai seorang istri, Hanum tidak pernah lupa menyiapkan sarapan, mengurus apartemen, dan memberikan perhatian kepada suaminya.

Dalam makna konotasi ini dapat terlihat bahwa sebenarnya Rangga tidak mendukung karier yang istrinya geluti. Meski tidak mengatakannya secara langsung, sindiran demi sindiran Rangga terus menyudutkan Hanum dan membuatnya tidak bisa meniti karier dengan tenang. Rangga bahkan tidak mengindahkan usaha sang istri untuk tetap menjalankan urusan domestik dan berusaha selalu memenuhi kebutuhan sang suami.

Mitos budaya patriarki yang mengatakan bahwa tugas utama perempuan adalah melayani suami dan pekerjaan lain tidak penting. Dalam budaya patriarki perempuan juga dianggap tidak perlu memiliki cita-cita tinggi dan hanya melayani suami. Apabila pekerjaan mengganggu tugas utama perempuan, maka ia akan dicap sebagai istri yang buruk dan lebih

baik melepaskan kariernya.

Tanda denotasi adegan pada tabel 5 saat Hanum memutuskan untuk melepaskan karier dan tidak lagi berpikiran untuk meraih impiannya serta sudah membuangnya jauh-jauh demi Rangga. Tanda konotasinya berupa penyesalan Hanum karena pernah lebih mengutamakan karier daripada keluarga. Hanum menangis menandakan bahwa pilihan yang telah dibuat bukan pilihan mudah namun harus dilakukan selaku istri.

Mitos yang beredar di masyarakat tentang peran istri sebagai penanggungjawab ranah domestik telah merasuki seluruh golongan masyarakat. Padahal Islam tidak memandang perempuan sebagai makhluk domestik (makhluk rumahan) yang tidak diperkenankan merambah wilayah publik (umum) (Sundari, 2022). Tekanan seperti ini kemudian membuat seorang istri terpaksa meninggalkan karier demi rumah tangga yang seharusnya bisa berjalan selaras apabila ada kerjasama yang baik antara suami dan istri.

Tabel 5

Adegan	Visual	Verbal
Durasi film ke menit 01.18.47”	 <p data-bbox="730 1756 963 1861">Hanum memeluk dan meminta maaf kepada Rangga.</p>	<p data-bbox="1082 1442 1315 1615">Hanum: “Sekarang ke mana pun kamu pergi, aku janji aku akan terus ngikuti kamu, Mas.”</p> <p data-bbox="1091 1641 1305 1742">Rangga: “Gimana dengan impian kamu di sini?”</p> <p data-bbox="1082 1769 1315 2004">Hanum: “Mimpi dan impian aku sekarang cuma kamu. Menjalani sisa umur aku sampai tua sama-sama kamu.”</p>

Dari sini dapat kita lihat bagaimana faktor konstruk budaya patriarki menjadi problematika bagi perempuan karier. Beberapa adegan dalam film menunjukkan betapa budaya patriarki sudah mengakar kuat dalam masyarakat. Bahkan Hanum dan Rangga yang notabenehnya adalah golongan berpendidikan pun tak lepas dari pola pikir patriarki terlihat dari adegan demi adegannya. Rangga bahkan secara tidak langsung masih menunjukkan bahwa seorang istri lebih baik untuk tidak bekerja dan melayaninya di rumah saja sebagaimana Jurnal Dalil Teologis Wanita yang Bekerja dalam Al-Qur'an (Rahayu & Nurrohim, 2022) .

Kerumahtanggaan

Faktor eksternal kedua adalah kerumahtanggaan dimana istri yang memilih berkarier dianggap menjadi penyebab keretakan rumah tangga. Seorang istri yang bekerja dianggap tidak akan mampu mengurus rumah tangga dan melayani suami dengan baik sehingga rumah tangga

menjadi berantakan. Bahkan pola pikir patriarki akan membenarkan apabila suami berselingkuh dengan alasan istri sibuk bekerja.

Tanda denotasi dalam adegan tabel 7 terkait protes Rangga yang menilai Hanum lebih fokus mengembangkan karier dan tidak memperhatikan suami. Rangga beranggapan bahwa Hanum sibuk memikirkan kepentingan orang lain dan juga memikirkan impiannya sendiri namun justru mengabaikan suami.

Rangga yang menuntut perhatian dari Hanum adalah tanda konotasi yang meminta istri lebih fokus mengurus suami ketimbang mengejar karier. Rangga beranggapan karier dan impian telah membuat Hanum menjadi istri yang buruk. Rangga bahkan menyalahkan Hanum atas segala yang terjadi tanpa mau ikut introspeksi diri seolah dirinyalah yang paling benar selaku suami tanpa memperhatikan sudut pandang istri.

Padahal apa yang telah Hanum lalui dalam menjalankan peran sebagai istri

Tabel 6

Adegan	Visual	Verbal
<p>Durasi film ke menit 50.08”</p>	 <p>Hanum dan Rangga berdebat di jalan. Rangga kesal karena Hanum tidak memikirkan perasaannya sebagai suami dan lebih fokus kepada impiannya.</p>	<p>Rangga: “Kamu ingin mengubah dunia dengan mengubah pandangan orang terhadap Islam, tapi kamu kesampingkan perasaan suami kamu sendiri.”</p>

sekaligus perempuan karier selama ini tidaklah mudah. Ia harus menyesuaikan dua status sekaligus (Wahyu et al., 2020) dan mengusahakan agar keduanyaimbang. Sementara itu Rangga yang tidak sedang bekerja sama sekali tidak membantu meringankan beban sang istri. Ia justru menambah bebannya dengan menuntut perhatian lebih dan bahkan secara tidak langsung menjalin kedekatan dengan perempuan lain.

Mitos adegan ini adalah bahwa suami merupakan pusat dunia istri. Jika suami tidak bisa diurus dengan baik, lebih baik seorang istri tidak berkarier. Padahal, mengurus rumah tangga bukan hanya tanggung jawab istri melainkan tanggung jawab bersama. Hal ini juga terjadi karena ketidaksesuaian antara suami dengan istri mengenai persepsi tentang pembagian tugas antara karier dan rumah tangga (Rahmayati, 2020).

Tanda denotasi adegan pada tabel 7 ialah kebimbangan Hanum untuk menolak ajakan Rangga makan siang. Rangga merasa kecewa dan tidak mau memahami bahwa Hanum sedang memiliki urusan kantor

yang tidak bisa ia tinggalkan. Keretakan hubungan rumah tangga terus terjadi karena Hanum tidak bisa memenuhi permintaan suaminya tersebut.

Tanda konotasi menunjukkan bahwa istri tetap merasa bimbang menolak ajakan suami meski di jam kerja. Mitos di masyarakat mengatakan bahwa seorang istri tidak boleh menolak apapun permintaan suami sehingga akan muncul keretakan rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa seorang perempuan karier selalu dihantui oleh urusan rumah tangga dalam pekerjaannya sehingga seringkali memunculkan rasa bimbang untuk menentukan prioritas.

Selanjutnya adalah adegan ketika Hanum memiliki waktu longgar dari pekerjaan, ia menyiapkan makanan untuk Rangga dan mengajaknya makan bersama. Namun Rangga mengaku sudah makan di rumah Azima, salah satu teman perempuan di New York sehingga membuat Hanum merasa kecewa. Di tengah ketidaknyamanan situasi antara Hanum dan Rangga, tiba-tiba Hanum mengangkat telepon yang ternyata berasal dari kantor.

Tabel 7

Adegan	Visual	Verbal
<p>Durasi film ke menit 43.02”</p>	 <p>Hanum dengan tidak enak menolak ajakan makan siang dari Rangga karena harus <i>meeting</i> di kantor.</p>	<p>Rangga: “Aku mau ngajak kamu <i>lunch</i> nih, sekarang, yuk!”</p> <p>Hanum: “Em ... sekarang ... sekarang aku nggak bisa deh kayaknya. Nanti aku telepon kamu balik, ya.”</p> <p>Rangga: “Oh, oke, yaudah nggak apa-apa, ya.”</p>

Tabel 8

Adegan	Visual	Verbal
<p>Durasi film ke menit 38.09”</p>	 <p>Hanum mengangkat telepon kantor saat akan makan, mengabaikan Rangga.</p>	<p>Hanum: “Nih, Mas, makan. Aku sudah nyiapin brokoli, terus ada ayam juga, ada kentang.”</p> <p>Rangga: “Kayaknya enak banget, sih, tapi tadi aku sudah makan di rumahnya Azima. Eh, tapi kalau kamu mau makan, aku temenin, yuk!”</p> <p>Hanum: “Em ... nggak apa-apa deh, aku nanti aja makannya. Bentar ya!” (mengangkat telepon kantor)</p>

Tanda denotasi adegan ini berupa ekspresi kesal yang muncul pada Hanum karena Rangga menolak makan bersamanya dan justru sudah makan di rumah perempuan lain. Kemudian Rangga juga merasa kesal saat Hanum menerima telepon dari kantor dan mengabaikannya. Maka terjadi ketidakharmonisan dalam rumah tangga keduanya karena masing-masing saling kurang memahami dan kurang dalam berkomunikasi.

Sementara tanda konotasi adegan ini menunjukkan bahwa istri yang sibuk dengan urusan rumah tangga menyebabkan rumah tangga tidak harmonis. Seorang istri pun tetap harus memasak demi suami meski sudah sibuk bekerja seharian. Tanda konotasi lainnya adalah kesibukan Hanum meniti karier membuat sang suami justru makan di rumah perempuan lain dan mungkin memiliki kedekatan.

Mitos dalam adegan ini tentang

keharmonisan rumah tangga yang tidak bisa didapat apabila istri tidak melayani dengan baik bahkan sibuk bekerja. Mitos ini sangat tidak adil karena laki-laki dan perempuan sama-sama manusia yang berhak berkembang. Namun istri yang sibuk bekerja tetap dianggap menjadi penyebab utama ketidakharmonisan sementara laki-laki menjadi pihak yang tidak bisa dipersalahkan. Bahkan disebutkan dalam Jurnal Wanita Karier dalam Pandangan Hadis karya Khoirul Anwar Umar Harahap, bahwa salah satu dampak wanita karier adalah lalai mengurus suami (Harahap, 2020).

Sebuah rumor beredar bahwa Rangga semakin dekat dengan Azima yang seorang janda. Hanum sangat marah dan langsung menyalahkan diri sendiri karena sibuk bekerja sehingga tidak bisa memberikan pelayanan yang maksimal kepada sang suami. Hanum mengalami gejolak emos

dan terus mempertanyakan kredibilitasnya sendiri sebagai seorang istri.

Sebelum kemudian Hanum pun berani menegaskan bahwa selama ini dirinya juga telah bersabar dalam menemani Rangga bertahun-tahun dalam menempuh pendidikan yang merupakan bagian dari mimpi sang suami. Selama hal itu berlangsung, Hanum hanya menjalankan peran sebagai istri dan ibu rumah tangga tanpa mengeluh. Namun kini saat Hanum ingin membangun mimpinya, Rangga justru menghambat Hanum dengan cara tidak memberikan support dan bahkan menjalin hubungan dekat dengan perempuan lain.

Tanda denotasi dalam adegan di Tabe 9, terdapat pada kalimat Hanum yang menyalahkan diri sendiri karena sibuk bekerja sehingga tidak bisa melayani suami dengan baik. Hanum mengaku salah karena sebagian besar waktunya digunakan untuk bekerja, bukan untuk menemani Rangga. Meski menyalahkan diri sendiri, Hanum juga mengungkit

seluruh pengorbanannya sebagai istri yang telah rela mendampingi sebagai istri yang baik selama bertahun-tahun saat Rangga menyelesaikan kuliah. Membandingkan dengan pengorbanan Rangga kepada Hanum yang dihitung tidak sebanding dengannya.

Tanda konotasi adegan ini berasal dari Hanum yang ingin mengatakan bahwa Rangga tidak pantas mengecewakan Hanum dengan alasan kesibukan Hanum bekerja. Selama menunggu Rangga menyelesaikan *study* bertahun-tahun lamanya Hanum mampu dengan setia menunggu dan melaksanakan kewajiban sebagai ibu rumah tangga. Sementara pekerjaan Hanum di New York belum sampai tiga minggu, Rangga sudah semakin dekat dengan perempuan lain.

Dalam adegan ini terdapat mitos bahwa suami boleh saja mencari perempuan lain ketika istri tidak bisa melayani dengan baik. Bahkan perselingkuhan atau perceraian dianggap kesalahan istri karena

Tabel 9

Adegan	Visual	Verbal
Durasi film ke menit 49.36”	 <p data-bbox="730 1659 963 2004">Hanum kecewa atas kelakuan Rangga tapi dia terus menyalahkan diri sendiri dan membandingkan antara pengorbanan Rangga dan pengorbanan dirinya.</p>	Hanum: “Mungkin di sini aku yang salah, Mas. Aku nggak punya waktu buat kamu, aku terlalu sibuk. Tapi apa yang kamu lakukan di New York ini nggak ada apa-apanya dibanding pengorbanan aku nunggu kamu sekolah bertahun-tahun!”

Tabel 10

Adegan	Visual	Verbal
<p>Durasi film ke menit 46.00”</p>	 <p>Hanum bimbang untuk menerima tawaran menjadi pegawai tetap di GNTV karena harus mempertimbangkan Rangga.</p>	<p>Andi: “Dulu saya pernah menikah sekali tapi karier saya tidak berkembang sama sekali karena istri saya tidak mendukung. Begitu saya cerai dan hidup sendiri, semua impian saya langsung menjadi kenyataan. Hidup adalah masalah pilihan, kan.”</p> <p>Hanum: “Saya kira saya perlu waktu untuk menjawabnya.”</p> <p>Andi: “Kenapa Sam bisa besar saat ini, karena Sam tidak punya masalah rumah tangga sama sekali.</p> <p>Hanum: “Saya perlu waktu untuk menjawabnya.”</p>

suami tidak terpenuhi kebutuhannya akibat istri yang sibuk bekerja (Andriani, 2020). Sementara itu, istri tidak berhak berlaku sama karena harus selalu patuh akan apa pun keputusan suami.

Empat adegan yang masuk dalam faktor kerumahtanggaan yakni berbagai macam konflik rumah tangga terjadi akibat istri yang bekerja. Adegan-adegan yang dipaparkan menunjukkan protes Rangga kepada Hanum yang dinilai lebih sibuk mengurus karier ketimbang rumah tangga. Hal ini menjadi problematika tersendiri

bagi karier Hanum sehingga membuatnya tidak bekerja dengan baik.

Faktor Internal

Seorang perempuan terbiasa mengurus rumah tangga karena konstruk budaya, sehingga saat ia memilih bekerja rumah tangga tetap menjadi tanggungjawabnya. Kesibukan dalam dunia kerja seringkali membuat seseorang tidak bisa menjalankan dua peran sekaligus. Selama meniti karier, mereka akan menimbang

antara kedua unsur penting ini, karier atau rumah tangga. Faktor internal ini berasal dari dalam diri sosok perempuan dan istri akibat tekanan konstruktif budaya patriarki dari luar.

Perasaan Bimbang

Adegan pertama dari faktor internal adalah saat Andi menawarkan posisi karyawan tetap kepada Hanum. Saat itu Hanum sangat senang namun ragu karena harus meminta izin Rangga dan ia tidak yakin apakah sang suami akan mengizinkannya atau tidak.

Pada tabel 10, adegan tersebut memberikan tanda denotasi berupa kebingungan Hanum untuk menerima tawaran kerja karena Hanum tidak bisa memberikan keputusan tanpa izin suami. Hanum juga mengetahui bahwa ada kemungkinan Rangga tidak mengizinkannya melihat komentar negatif yang Rangga lontarkan selama ini.

Makna konotasinya adalah bahwa keluarga telah menghambat perempuan untuk bisa leluasa ingin berkembang. Seolah membenarkan bahwa perempuan

tidak bisa bergerak bebas selayaknya laki-laki termasuk dalam hal pengembangan karier. Padahal berkariernya adalah hak asasi setiap manusia (Nisa, 2019) sebagaimana sejarah Islam juga mencatat sosok-sosok perempuan hebat di antaranya adalah *sayyidah* Khadijah (Makrufi, 2018) yang merupakan seorang sudagar dan pedagang perempuan kala itu.

Mitos yang relevan dengan adegan ini adalah mitos kecenderungan bagi perempuan yang bekerja merasa takut untuk sukses karena mempertimbangkan keluarga. Anggapan masyarakat bahwa perempuan yang sukses dalam karier akan berakibat buruk pada keharmonisan keluarga (Halida & Masud, 2013). Bahkan dalam kasus yang parah seorang istri yang memilih berkariernya akan menyebabkan perceraian pada rumah tangganya.

Dalam adegan tabel 11, tanda denotasinya adalah Rangga yang meminta Hanum memilih antara pekerjaan atau keluarga. Rangga secara terang-terangan bertanya kepada Hanum apakah memilih ikut dengannya kembali ke Vienna atau tetap tinggal di New York demi mengejar karier dan impiannya. Rangga tidak

Tabel 11

Adegan	Visual	Verbal
Durasi film ke menit 59.04”	 <p>Rangga meminta Hanum memilih antara impian atau kembali ke Vienna bersamanya.</p>	Rangga: “Sekarang aku ingin kamu jawab. Apakah kamu akan ikut aku ke Vienna atau kamu tinggal dengan impian kamu di sini.”

memberikan pilihan untuk Hanum bisa menjadi istri sekaligus perempuan karier yang seharusnya bisa dilakukan jika suami memiliki pemikiran yang terbuka.

Tanda konotasi dalam adegan ini berupa keinginan Rangga yang meminta Hanum memilih antara karier atau keutuhan rumah tangga. Secara tidak langsung Rangga menegaskan bahwa Hanum harus meninggalkan pekerjaan jika masih ingin menjadi istrinya. Rangga tidak lagi memberikan Hanum izin untuk bekerja dan memintanya kembali menjadi istri yang tidak bekerja. Tidak adanya dukungan suami (Nugrahaningtyas et al., 2019) menjadi problematika yang membuat Hanum merasa bimbang.

Mitos yang relevan dengan adegan ini adalah tentang karier dan perempuan berumah tangga yang tidak bisa berjalan selaras. Salah satunya harus dikorbankan karena perempuan dianggap tidak mampu menjalankan posisi ibu, istri, dan perempuan karier secara bersamaan. Sangat berbeda dengan laki-laki yang memang dianggap memiliki kodrat untuk berkarier meski telah berumah tangga. Sehingga suami

bisa menjalankan karier sekaligus peran sebagai suami secara bersama-sama.

Saat mendapat pertanyaan seperti itu dari sang suami, Hanum menetapkan pilihan untuk tetap tinggal di New York dan meneruskan impian serta kariernya. Namun tepat sebelum kepergian Rangga, Hanum menemukan rekaman suara dari sang suami yang berisi kalimat yang membuat Hanum kembali merasakan bimbang yang merupakan faktor internal perama dari problematika yang dirasakan perempuan karier.

Tanda denotasi dalam adegan ini adalah Rangga yang memberikan izin penuh kepada Hanum untuk mengembangkan karier dan meminta Hanum lebih fokus menjalankan karier ketimbang mendampingi sebagai istri. Makna konotasinya berupa perlakuan Rangga yang membebaskan Hanum untuk memilih namun sebenarnya mengandung sarkasme dan justru memunculkan dilematis sehingga membuat Hanum meragukan pilihannya sendiri.

Mitos dalam adegan ini adalah

Tabel 13

Adegan	Visual	Verbal
Durasi film ke menit 43.02”	 <p data-bbox="730 1794 1023 1995">Hanum mendapat rekaman suara dari Rangga yang sudah kembali ke Vienna namun justru merasa sedih dan bersalah.</p>	<p data-bbox="1150 1491 1382 1832">Rangga (dari rekaman suara): “Aku ikhlas, aku ingin kamu meraih bintang dan impian kamu sekarang. Kurasa sudah cukup kamu banyak berkorban untuk aku.”</p>

bahwa seorang istri yang memilih jalan karier dan rumah tangga akan selalu dihantui oleh perasaan bimbang. Perasaan dan pikirannya akan terbagi antara pekerjaan dan keluarga. Ia tidak akan bisa fokus dalam menjalankan karier, bahkan harus memilih antara karier atau rumah tangganya karena posisi perempuan yang lemah dalam dinamika berumah tangga.

Faktor internal berupa perasaan bimbang ditunjukkan antara karier dan rumah tangga. Seringkali perempuan karier diminta untuk memilih antara karier atau keluarga seolah keduanya tidak bisa berjalan beriringan secara harmonis. Dimana perasaan bimbang menjadi problematika tersendiri karena setiap saat akan terus menimbang antara mempertahankan rumah tangga atau mempertahankan karier.

Dari adegan-adegan di atas dapat terlihat dengan jelas bahwa berbagai problematika masih menjadi penghambat yang nyata bagi para perempuan karier. Terutama bagi perempuan yang sudah menikah karena harus menyesuaikan diri dengan tuntutan konstruk berpikir patriarkis dan beban ganda yang ada. Sayangnya tidak serta merta rumah tangga yang modern menjadikan pola pikir patriarkis ini lenyap begitu saja karena masyarakat yang begitu kuat memegang teguh konsep tradisi lama yang patriarki (Juwita, 2018).

Mitos yang masih mengakar kuat di kalangan masyarakat menunjukkan seolah Islam membenarkan bahwa perempuan memang berkewajiban di ranah domestik. Padahal Al Quran tidak pernah memberikan beban secara kaku dan mutlak dalam urusan rumah tangga, melainkan agar suami dan istri dapat bekerjasama membangun rumah tangganya dengan baik (Mulyadi, 2012). Al Quran sendiri justru memberikan dukungan terhadap kesetaraan laki-laki dan perempuan baik

dalam bidang domestik maupun publik.

Dalam mengatasi problematika wanita karier diperlukan komunikasi yang baik antara suami dan istri untuk mengurangi terjadinya konflik keluarga. Selain itu, dukungan suami, keterbukaan, kesamaan persepsi, dan kerja sama (Mawardi, 2019) juga menjadi unsur penting bagi psikologis seorang istri dan kelancarannya dalam meniti karier. Suami dan istri pun perlu memiliki pemikiran terbuka dan tidak termakan konstruksi budaya patriarki agar tidak terjadi *double burden* pada istri yang juga memilih untuk meniti karier.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian problematika perempuan karier di era modern dalam Film Hanum dan Rangga: *Faith and The City*, menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dapat ditarik kesimpulan bahwa pendidikan yang tinggi dan peradaban modern tidak melepaskan perempuan dari budaya patriarki sehingga mmeunculkan berbagai problematika. Beberapa adegan dalam film ini menggambarkan hal tersebut dengan gamblang. Di antara problematika yang ada adalah faktor eksternal yakni: *konstruk budaya patriarki* yang ditunjukkan dalam enam adegan dan *kerumahtanggaan* yang ditunjukkan dalam empat adegan. Terdapat juga faktor internal yakni: *perasaan bimbang* yang ditunjukkan melalui tiga adegan. Total terdapat 13 adegan dalam film yang menunjukkan problematika perempuan karier.

Berdasarkan penelitian dapat dilihat bahwa perempuan karier dari masa tradisional hingga masa modern saat ini selalu dihadapkan dengan berbagai macam problematika. Problematika yang terus ada itu sangat mengganggu dan

dapat menghambat perkembangan dan kemajuan karier seorang perempuan, terutama yang sudah berumahtangga. Kemodernan, tingkat pendidikan yang tinggi, serta keamanan ekonomi tidak menjamin seorang perempuan bisa bebas berkariyer tanpa harus menanggung beban ganda dari perannya dalam ranah domestik.

Berbagai jenis faktor penghambat selain dari faktor eksternal seperti lingkungan dan suami, faktor internal juga turut menjadi masalah. Perasaan bimbang karena pandangan sebelah mata dari berbagai pihak menjadikan seorang perempuan pada akhirnya harus mengambil keputusan mengakhiri kariernya. Sebagaimana keputusan yang diambil tokoh utama dalam film “Hanum dan Rangga: *Faith and The City*” untuk memilih hidup ‘damai’ sebagai ibu rumah tangga dan melepas karier demi mendampingi suami, mengikuti ke mana pun dan apa pun keputusan suami.

DAFTAR PUSTAKA

- Aizid, R. 2018. *Fiqh Islam Bagi Muslimah Karier*. Yogyakarta: NOK-TAH. <https://books.google.co.id/books?id=8sm7DwAAQBAJ>.
- Alex, Sobur. 2013. “Semiotika Komunikasi Bandung.” *Bandung: PT. Remaja Rosdakarya*.
- Andriani, Astri Dwi. 2020. “Peran Istri Sebagai Wanita Karier Dalam Perspektif Islam Dan Pengaruhnya Terhadap Angka Perceraian Indonesia.” *Taklim: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 18 (2): 103–15.
- Ardiyanto, Erik. 2021. “Hiperrealitas Makna Bahagia Perempuan Karir Generasi Millennial Abad 21.” *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi* 8 (2): 107–21.
- Bedagai Serdang, Badan Pusat Statistik Kab. 2015. “Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi Dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2015.” Bps.Go.Id. 2015. <https://serdangbedagaikab.bps.go.id/indicator/40/65/1/-pengangguran-terbuka-menurut-pendidikan-tertinggi-dan-jenis-kelamin.html>.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Vol. 2. Kencana.
- Cholil, Mufidah, and Hasan Basri. 2021. “Analisis Gender Dalam Novel ‘Aku Lupa Bahwa Aku Perempuan’ Karya Ihsan Quddus Perspektif Emansipasi Perempuan Qasim Amin.” *Gender Equality: International Journal of Child and Gender Studies* 7 (1).
- Gego, Apolonaris Mere. 2021. “Peran Ganda Wanita Karier Dan Pengaruhnya Terhadap Keharmonisan Keluarga.” STFK Ledalero.
- Gender, Analisis Semiotika Representasi Bentuk Ketidakadilan, Galih Bayu Aji, and Firdastin Ruthnia Yudin-grum. n.d. “Representasi Bentuk Ketidakadilan Gender Dalam Serial Drama Spanyol.”
- Gunawan, Eartha Beatricia, and Ahmad Junaidi. 2020. “Representasi Pendidikan Seks Dalam Film Dua Garis Biru (Analisis Semiotika Roland Barthes).” *Koneksi* 4 (1): 155–62.
- Halida, Oktarisa, and Fuad Mas’ud. 2013. “Karier, Uang, Dan Keluarga: Dilema Wanita Pekerja (Studi Fenomenologi Wanita Karier Pada Instansi Kepolisian, Keamanan, Dan Perbankan).” UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Handra, Arici, and Nurizzati Nurizza-

- ti. 2019. "Representasi Ideologi Patriarki Dan Pengaruhnya Terhadap Tokoh Perempuan Dalam Novel Canting Karya Arswendo Atmowiloto." *Jurnal Bahasa Dan Sastra* 7 (1): 1-11.
- Harahap, Khoirul Anwar Umar. 2020. "Wanita Karir Dalam Pandangan Hadis." *Al FAWATIH: Jurnal Kajian Al Quran Dan Hadis* 1 (1): 109-18.
- Hira Hilary Aragon. 2018. "Film Hanum Dan Rangga Dihujat Karena Politik, Ini Permintaan Hanum Dan Rangga." Brilio.Net. 2018. <https://www.brilio.net/film/film-hanum-rangga-dihujat-karena-politik-ini-permintaan-maaf-hanum-1811149.html>.
- Husniyati, Salma. 2021. "systematic literature review tentang dilematika dan problematika wanita karir: apakah mendahulukan karir atau rumah tangga terlebih dahulu?[systematic literature review on career women's dilematics and problems: does career or household first?]." *Journal of Contemporary Islamic Counselling* 1 (2).
- Irmawati, Irmawati. 2021. "problematika wanita karir dalam membangun keluarga sakinah di desa biji nangka kecamatan sinjai borong." Institut agama islam muhammadiyah sinjai.
- Juwita, Dwi Runjani. 2018. "Pandangan Hukum Islam Terhadap Wanita Karir." *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama* 6 (2): 175-91.
- Makrufi, Anisa Dwi. 2018. "Peran Wanita Karir Dalam Pendidikan Islam Di Era Digital." *Vicratina: Jurnal Pendidikan Islam* 2 (2): 10-25.
- Mawardi, Mawardi. 2019. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Upaya Wanita Karir Dalam Mewujudkan Keluarga Sakinah: Studi Kasus Dosen Wanita Akademi Kebidanan Ibrahimy Sukorejo Situbondo." *Istidial: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 3 (2): 147-64.
- Mudjiono, Yoyon. 2020. "Kajian Semiotika Dalam Film." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1 (1): 125-38.
- Mudzhar, H M, and Dll Anto. 2001. *Wanita Dalam Masyarakat Indonesia Akses, Pemberdayaan Dan Kesempatan*. Yogyakarta: Sunan Kalijaga Press.
- Mulyadi, Achmad. 2012. "Relasi Laki-Laki Dan Perempuan (Menabrak Tafsir Teks, Menakar Realitas)." *Al-Ihkam: Jurnal Hukum & Pranata Sosial* 7 (2): 247-61.
- Mulyana, Deddy. 2003. "Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya)."
- Nisa, e v i lathifatun. 2019. "wanita karier menurut m. Quraish shihab dalam tafsir al-mishb h."
- Novarisa, Ghina. 2019. "Dominasi Patriarki Berbentuk Kekerasan Simbolik Terhadap Perempuan Pada Sinetron." *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 5 (02): 195-211.
- Nugrahaningtyas, Putri Yulia, Taufik Kasturi, and S Psi. 2019. "Konflik Keluarga Pada Wanita Karier." Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Oktaviani, Oktaviani. 2021. "Peran Wanita Karir Dalam Pemenuhan Nafkah Keluarga Dalam Masyarakat Bugis Di Kota Parepare (Analisis Gender Dan Fiqh Sosial)." IAIN Parepare.
- Pratiwi, Ardhina. 2019. "Representasi Citra Politik Harry Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Roland Barthes Dalam Video Mars Partai Perin-

- do).” *Profetik: Jurnal Komunikasi* 11 (2): 17–31.
- Putra, Rio Fernandia, Erlyn Indarti, and Aditya Yuli Sulistyawan. 2021. “Hak Dan Kewajiban Isteri Dalam Rumah Tangga: Suatu Telaah Paradigmatik Terhadap Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 Tentang Perkawinan.” *Diponegoro Law Journal* 10 (2): 446–63.
- Raco, J R. 2010. “Metode Kualitatif (Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya).” *Grasindo. Grasindo*.
- Rahayu, Yustin, and Ahmad Nurrohim. 2022. “Dalil Teologis Wanita Bekerja Dalam Al-Qur’an.” *QiST: Journal of Quran and Tafseer Studies* 1 (1): 48–64.
- Rahmayati, T Elfira. 2020. “Konflik Peran Ganda Pada Wanita Karier: Konflik Peran Ganda Pada Wanita Karier.” *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)* 3 (1): 152–65.
- Sakdiyah, Halimatus. 2018. “Diskriminasi Gender Dalam Film Pink: Analisis Semiotik Roland Barthes.” UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sakernas Agustus, BPS. 2019. “Distribusi Jabatan Manager Menurut Jenis Kelamin (Persen), 2017-2019.” Bps.Go.Id. 2019. <https://www.bps.go.id/indicator/40/1334/1/distribusi-jabatan-manager-menurut-jenis-kelamin.html>.
- Sari, Rahma Pramudya Nawang, and Anton Anton. 2020. “Wanita Karier Perspektif Islam.” *SANGAJI: Jurnal Pemikiran Syariah Dan Hukum* 4 (1): 82–115.
- Setiyanto, Danu Aris. 2017. *Desain Wanita Karier Menggapai Keluarga Sakinah*. Deepublish.
- Siti Solihati. 1986. *Wanita Dan Media Massa*. Yogyakarta: Teras.
- Sunata, Ivan. 2020. “Disorientasi Makna Jihad Dalam Komik Jihad Selfie (Analisis Semiotika Roland Barthes).” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 5 (1): 49–68.
- Sundari, Sundari. 2022. “Peran Ganda Wanita Karir Dalam Hadis (Sebuah Tinjauan Psikologi).” *Jurnal Riset Agama* 2 (1): 273–387.
- Survei Angkatan Kerja Nasional (Saker-nas), Agustus 2019. 2019. “Penduduk Bekerja Menurut Status Pekerjaan Pada Pekerjaan Utama Dan Jenis Kelamin, 2019.” Bps.Go.Id. 2019. <https://boyolalikab.bps.go.id/statictable/2019/12/04/901/penduduk-bekerja-menurut-status-pekerjaan-pada-pekerjaan-utama-dan-jenis-kelamin-2019.html>.
- Syafi'i, Mohammad Imam. 2017. “Analisis Hukum Islam Terhadap Pemberian Nafkah Keluarga Oleh Wanita Karir.” UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Wahyu, Emy Ria, Ibnu Jazari, and Dwi Ari Kurniawati. 2020. “Istri Karier Dalam Mewujudkan Keluarga Sakinah.” *Jurnal Hikmatina* 2 (3): 67–75.



Komunikasi Kebijakan Publik dalam Implementasi Program E-Parking Kota Medan

Zoraya Alfathin Rangkuti, M. Ridwan Rangkuti^(a)

^(a) Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara

*Korespondensi Penulis, E-Mail: zorayarangkuti@usu.ac.id

A B S T R A C T

Keywords:
Public Policy
Communication,
Implementation,
E-Parking.

This study tries to explore the e-parking policy communication carried out by the Medan City Government using the triple helix model. From this model approach, e-parking is seen from several important elements involved in the policy. Starting from the Medan City Government, represented by the Medan City Transportation Service, PT Logika Garis Elektronik (LGE) as the e-parking manager, and the wider community who are e-parking users and parties affected by the policy. Using a qualitative-descriptive method, this study shows that this e-parking program comes with various pros and cons and sees how the two official institutions in this case are the City Government and PT LGE carry out the policy communication process to the public, especially to parking attendants and Public.

A B S T R A K

Kata Kunci:
Komunikasi Kebijakan
Publik, Implementasi,
E-Parking.

Penelitian ini mencoba untuk meneroka komunikasi kebijakan e-parking yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan dengan menggunakan model triple helix. Dari pendekatan model tersebut, e-parking dilihat dari beberapa elemen penting yang terlibat dalam kebijakan tersebut. Mulai dari Pemerintah Kota Medan yang diwakili Dinas Perhubungan Kota Medan, PT Logika Garis Elektronik (LGE) sebagai pengelola e-parking, dan masyarakat luas yang menjadi pengguna e-parking dan pihak yang terdampak dari kebijakan tersebut. Dengan menggunakan metode kualitatif-deskriptif, penelitian ini menunjukkan bahwa program e-parking ini hadir dengan berbagai pro dan kontra serta melihat bagaimana dua lembaga resmi dalam hal ini adalah Pemerintah Kota dan PT LGE melakukan proses komunikasi kebijakan kepada publik, terutama kepada para juru parkir dan masyarakat.

Pendahuluan

Sebuah kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah, baik pusat maupun daerah, mesti disosialisasikan dengan baik bagaimana kebijakan tersebut diimplementasikan (Akib, 2012). Hal ini mesti dilakukan agar kebijakan tersebut tidak multitafsir dan bisa dijalankan sesuai ketentuan yang berlaku (Syaripudin et al., 2020). Apalagi, jika kebijakan tersebut masih dianggap baru dan masyarakat belum terbiasa dengan hal itu sehingga perlu model komunikasi yang sesuai agar masyarakat sebagai bagian yang menjalankan buah kebijakan tersebut dapat menjalankannya (Pratamawaty et al., 2019).

Salah satu kebijakan yang dianggap baru di antaranya adalah kebijakan e-parking di Kota Medan (Pekuwali, 2021). Kebijakan ini merupakan kebijakan yang mengganti parkir konvensional-tradisional yang biasanya bayar di tempat menjadi sistem parkir dengan pembayaran tunai. Menurut Bobby Nasution, Wali Kota Medan, kebijakan tersebut guna mengoptimalkan pemasukan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari retribusi parkir di pinggir jalan yang selama ini ditengarai banyak kebocoran. Kebijakan ini ada di 22 titik pada 18 ruas jalan dan 8 kawasan (Dinas Kominfo Kota Medan, 2021). E-parking merupakan salah satu inovasi Pemerintah Kota Medan dalam penanganan permasalahan kemiskinan dan ketidakstabilan keamanan parkir di Kota Medan. Kebijakan tersebut dimulai pada akhir 2021 saat pemerintah Kota Medan membuat regulasi yang mengatur tentang program e-parking dalam bentuk *Standard Operating Procedure* (SOP) tentang Petunjuk Pembentukan daerah yang menerapkan e-parking di Kota Medan.

Kebijakan tersebut disahkan melalui

Peraturan Wali Kota Medan Nomor 45 tahun 2021 tentang E-Parking. E-parking mulai diberlakukan untuk meningkatkan keamanan masyarakat dan meminimalkan munculnya parkir liar di Kota Medan. Kebijakan e-parking ini melibatkan Dinas Perhubungan dengan PT Logika Garis Elektronik (LGE) sebagai satuan dari perangkat program e-parking yang berada di 22 titik se-Kota Medan. Saat penyelenggaraan, sistem e-parking sempat mengalami beberapa penolakan dari kelompok yang merasa dirugikan dari kebijakan tersebut (Puspadini, 2021). Puluhan juru parkir (jukir) sempat berunjuk rasa di depan Kantor Wali Kota Medan, Sumatra Utara. Mereka menuntut Wali Kota Medan, Bobby Nasution, untuk membatalkan penerapan e-parking yang dinilai merugikan para juru parkir ini. Walaupun begitu, dalam 24 hari kebijakan tersebut diterapkan, sudah berhasil menyumbang PAD sampai Rp200 Juta. Kehadiran kebijakan ini sebagai upaya untuk mengurangi banyak ditemukan tukang parkir ilegal yang sering meminta pungutan liar (pungli) dengan tarif parkir yang lebih besar dari biasanya (Efendi, 2021).

Dari berbagai fakta tersebut, ada beberapa penelitian tentang e-parking yang sudah pernah dilakukan. Penelitian yang dilakukan Astuti, et al., mencoba meneroka sistem informasi akuntansi, efektivitas, dan kelebihan serta kekurangan dari penggunaan sistem e-parking sebagai pembayaran retribusi parkir di Kabupaten Tabanan (Astuti et al., 2019). Penelitian tersebut menjelaskan bagaimana kebijakan tersebut berjalan dengan baik dengan berbagai keunggulan dan kelemahan yang ditemukan di lapangan. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Kriena tentang proses implementasi kebijakan *smart parking system* dan partisipasi masyarakat di Kota

Bandung (Kireina, 2018). Penelitian tersebut menyatakan bahwa implementasi kebijakan e-parking yang dilakukan DISHUB Kota Bandung belum optimal digunakan oleh masyarakat. Salah satu hambatan atas problem tersebut salah satunya ditentukan oleh faktor komunikasi politik yang belum maksimal dilakukan oleh pemerintah kota. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hisyam Ihsan, et al., menjelaskan model penggunaan *e-money* atau uang elektronik dalam sistem e-parking. Model penggunaan tersebut memerlukan waktu lima bulan lebih untuk penggunaan sistem yang diinginkan dan bisa diadaptasi oleh para penggunanya yang tak lain adalah masyarakat di Kota Makasar (Ihsan et al., 2020) pengguna uang tunai, dan pengguna E-Money. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan survey langsung di lapangan. Survey dilakukan dengan membagikan angket kepada 100 responden secara acak. Model matematika tipe SIRI digunakan untuk menentukan titik equilibrium. Hasil simulasi model tipe SIRI menghasilkan bilangan reproduksi dasar (Ro).

Dari berbagai penelitian tersebut, perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan adalah mencoba untuk menoreka kebijakan e-parking di Kota Medan yang sempat mengundang pro dan kontra dari kelompok terlibat, mulai dari kelompok jasa parkir maupun masyarakat umum yang menggunakan parkir. Berbagai usaha dilakukan, termasuk proses komunikasi sebagai proses sosialisasi kebijakan tersebut. Berbagai temuan yang dihasilkan dari berbagai wawancara dan pengamatan langsung di lapangan maupun di media sosial menjadi poin penting dalam penelitian ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif-deskriptif yang dimulai dengan asumsi dan atau penggunaan kerangka penafsiran teoritis terkait dengan makna yang dikenakan individu atau kelompok pada suatu permasalahan sosial atau manusia sebagaimana adanya di lapangan (Creswel, 2015). Penelitian ini berusaha objektif menjelaskan berbagai temuan di lapangan atas objek yang diteliti (Hadari, 2003).

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Medan sebagai salah satu kota yang menerapkan kebijakan e-parking. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan *purposive sampling* untuk mengambil data wawancara dari aktor-aktor yang terlibat dalam kebijakan tersebut. Mulai dari Kepala Sub Bidang Perencanaan Sosial Bappeda Kota Medan, Kepala Dinas Perhubungan Kota Medan, Kepala PT. LGE, Juru Parkir di 65 titik se-Kota Medan hingga warga di 3 kecamatan Kota Medan yang menggunakan penerapan E-Parking. Pengumpulan data dilakukan dalam *natural setting* (kondisi alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*), dan dokumentasi (Sugiyono, 2014). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teks tulisan dan kata-kata tertulis (Moleong, 2007) sebagai sumber penelitian primer dan sekunder.

Untuk memahami metode penelitian yang digunakan, peneliti menggunakan pendekatan teori tentang kebijakan publik. Secara etimologi, kebijakan publik berasal dari kata *policy* yang berasal dari kata *polis* dalam bahasa Yunani dan berarti

negara-kota. Dalam bahasa Latin, kata ini berubah menjadi *politia* yang berarti negara. Sementara saat masuk dalam bahasa Inggris lama (the middle English), kata tersebut menjadi *policie* yang pengertiannya berkaitan dengan urusan pemerintah atau administrasi pemerintah (Dunn, 2003). Sementara David Easton, sebagaimana dikutip Leo Agustino (Agustino, 2009) yang memberikan definisi kebijakan publik sebagai “the autorative allocation of values for the whole society”. Definisi ini menegaskan bahwa hanya pemilik otoritas dalam sistem politik (pemerintah) yang secara sah dapat berbuat sesuatu pada masyarakatnya dan pilihan pemerintah untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu diwujudkan dalam bentuk pengalokasian nilai-nilai. Hal ini disebabkan karena pemerintah termasuk ke dalam “authorities in a political system”, yaitu para penguasa dalam sistem politik yang terlibat dalam urusan sistem politik sehari-hari dan punya tanggung jawab dalam suatu masalah tertentu untuk diminta mengambil keputusan di kemudian hari yang diterima serta mengikat sebagian besar anggota masyarakat selama waktu tertentu.

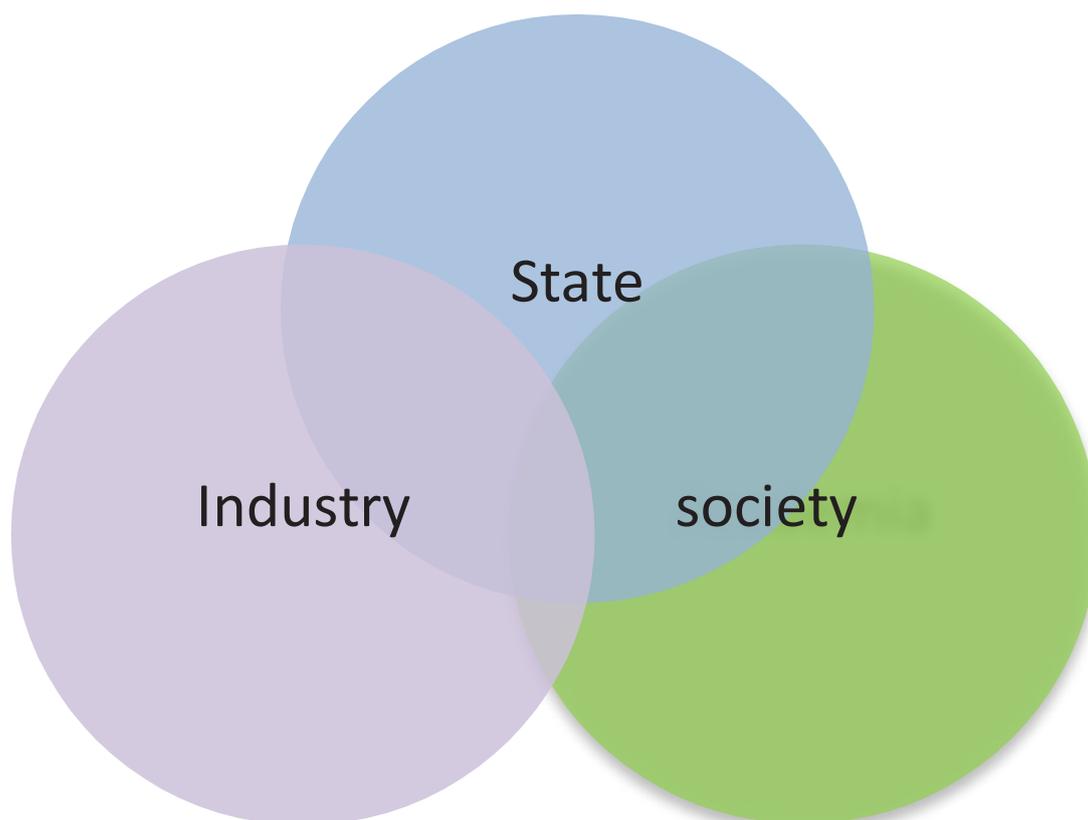
Implementasi kebijakan pemerintah pada prinsipnya merupakan cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya (Nugroho, 2012). Hal ini juga sejalan dengan pemikiran Van Meter dan Van Horn (Wahab, 2005) yang mengartikan implementasi kebijakan sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu, pejabat, kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan. Selain itu, teori yang dikemukakan oleh George C. Edward Edward III (Subarsono, 2011) berpandangan bahwa implementasi

kebijakan dipengaruhi oleh empat variabel: komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi.

Dalam hal komunikasi, Cook dan Hunsaker (Cook & Hunsaker, 2007), menyatakan bahwa komunikasi bertujuan untuk meningkatkan koordinasi, berbagi informasi, dan pemuas kebutuhan sosial. Dengan demikian, komunikasi dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi apabila berjalan secara efektif dan efisien. Selain itu, komunikasi menurut Agustino (Agustino, 2009) merupakan salah satu variabel penting yang mempengaruhi implementasi kebijakan publik. Implementasi akan berjalan efektif, jika para pembuat kebijakan mengetahui mengenai apa yang akan mereka kerjakan. Abdul Wahab (Wahab, 2005) mengatakan bahwa pada prinsipnya komunikasi kebijakan merupakan suatu komunikasi yang terjadi di dalam tubuh pemerintahan sehingga dapat diterjemahkan sebagai penyampaian pesan, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan sebuah kebijakan negara

Selain itu, menurut George C. Edward ada tiga indikator penentu keberhasilan pada variabel komunikasi dalam implementasi kebijakan. Pertama, transmisi, yaitu penyaluran komunikasi yang baik akan dapat menghasilkan sebuah implementasi yang juga baik. kedua, kejelasan informasi. Komunikasi atau informasi yang diterima oleh para pelaksana kebijakan harus jelas dan tidak membingungkan atau yang dapat menimbulkan multitafsir. Ketiga, konsistensi informasi yang disampaikan, yaitu perintah ataupun informasi yang diberikan dalam pelaksanaan sebuah komunikasi selain jelas, juga harus konsisten untuk dapat diterapkan dan dijalankan.

Selain itu soal komunikasi yang menjadi hal penting dalam komunikasi



kebijakan, juga diperlukan pendekatan *triple helix*. Pendekatan ini menjelaskan bagaimana negara—dalam hal ini pemerintah—mesti bekerja sama dengan industri dan juga masyarakat yang diwakilkan oleh akademisi agar kebijakan pemerintah tidak salah arah. Pendekatan yang dikembangkan oleh Etzkowitz dan Leydesdorff pada 1990 ini sudah sering digunakan dalam berbagai penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Fadhil (Fadhil, 2020) mencoba untuk membaca perkembangan ekonomi kreatif di Pengrajin Tenun Sulam Tapis di Pekon Argopeni Kecamatan Sumber Rejo Kabupaten Tanggamus atau penelitian yang dilakukan Purwandari di Perajin Bambu di Kertayasa, Mandiraja, Banjarnegara, Jawa Tengah (Purwandari, 2018). Penelitian serupa juga dilakukan oleh Izzati (Izzati, 2017) untuk melihat perkembangan industri kreatif di Kota Malang. Tidak hanya itu, model serupa juga dijalankan

untuk melihat wisata bahari di Indonesia (Rahman & Warsono, 2019). Selain itu, bisa juga digunakan untuk menjelaskan bagaimana cara mengentaskan persoalan kemiskinan (Amni & Diyah, 2018) sekaligus menjadi bagian dari inovasi di perguruan tinggi (Jaelani, 2019).

Hasil dan Pembahasan

Bagian ini merupakan berbagai temuan yang didapatkan peneliti saat proses pengambilan data terkait komunikasi kebijakan e-parking di Kota Medan, Sumatra Selatan. Dalam temuan tersebut, akan dijabarkan berbagai upaya yang dilakukan oleh tiga aktor utama dalam pelaksanaan program e-parking di kota tersebut yang meliputi Pemerintah Kota Medan, PT. LEG, dan para juru parkir di Kota Medan.

Komunikasi Kebijakan Pemerintah Kota Medan

Program e-parking yang mulai diterapkan di kota Medan tidak berjalan begitu saja saat pertama kali diterapkan. Beberapa kelompok sempat menolak kebijakan ini karena dianggap menutup mata pencaharian para juru parkir (Efendi, 2021). Hal ini membuat pihak pemerintah kota Medan melakukan sosialisasi (Bangun, 2021). Sosialisasi ini mesti dilakukan agar program yang diinginkan bisa berjalan dengan baik. Hal ini tentu saja juga menjadi bagian dari yang mempengaruhi implementasi kebijakan (Tahir, 2014). Sosialisasi yang dilakukan Pemerintah Kota Medan dengan cara mengundang perwakilan seluruh juru parkir yang ada di 65 titik se-kota Medan.

Tidak hanya itu, setelah sosialisasi dilakukan, Pemerintah Kota juga mengadakan *workshop* dan Forum Group Discussion (FGD) dengan tajuk “Kota Medan Rapi dan Tertata melalui Program E-Parking”. Acara tersebut sekaligus menjadi ajang berkumpulnya simpul-simpul juru parkir sekaligus menjadi tempat musyawarah yang dilakukan oleh paguyuban juru parkir Kota Medan.

Walaupun begitu, acara ini hanya dilakukan Pemerintah Kota dan para juru parkir tanpa melibatkan PT. LGE yang juga sebagai pihak ketiga dalam pelaksanaan program e-parking di Kota Medan. Dirut PT LGE Sahala Nainggolan, mengungkapkan bahwa sistem pembayaran nontunai untuk parkir pinggir jalan ini merupakan yang pertama di Indonesia. Pihaknya sudah melakukan pelatihan terhadap juru parkir, terutama dalam hal penggunaan alat sistem pembayaran dalam waktu yang berbeda (Ila, 2021).

Selain perbedaan tersebut, pengelo-

laan e-parking juga berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP) sebagai upaya agar pengelolaan yang dilakukan berjalan dengan baik. Jika ditemukan persoalan saat pelaksanaan, maka SOP tersebut sudah mengatur apa yang mesti dilakukan oleh pengelola. Seperti halnya kasus ketika ada pelanggaran yang dilakukan oleh juru e-parking (Arie, 2022).

Komunikasi atau Sosialisasi PT Logika Garis Elektronik (LGE)

Komunikasi yang dilakukan sektor privat ini adalah bentuk tindak lanjut dari transmisi komunikasi yang dilakukan Pemerintah Kota Medan kepada PT. LGE. Komunikasi yang dilakukan adalah dengan cara komunikasi secara langsung dan dalam bentuk diskusi tentang satuan bina dan Pendidikan terhadap juru parkir yang akan dilaksanakan di 65 titik se-Kota Medan. Permasalahan yang dihadapi terdapat ketidakjelasan komunikasi pada transmisi komunikasi yang dilakukan oleh pihak PT. LGE yang mengaku memberikan bantuan pelatihan penggunaan perangkat E-Parking, tetapi pernyataan lain diberikan oleh pemerintah Kota Medan melalui Dinas Perhubungan Kota Medan. Dari kedua argumen yang berbeda tersebut ditemukan adanya ketidakjelasan komunikasi di dalam pelaksanaan bina dan Pendidikan juru parkir di Kota Medan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Medan dengan PT. LGE. Hal ini terjadi karena terdapat perbedaan pemahaman antara pihak PT. LGE dan Pemerintah Kota Medan. Perbedaan pemahaman PT. LGE dan Dinas Perhubungan Kota Medan di lapangan mengakibatkan pemahaman juru parkir terhadap sistem aplikasi yang digunakan tidak merata. Hal ini disebabkan komunikasi yang dilakukan PT. LGE dan

Dinas Perhubungan Kota Medan tidak dilakukan intensif dan hanya dilakukan pada perencanaan program E-Parking.

Sosialisasi Kebijakan

Sosialisasi kebijakan harus dilakukan dengan baik, sistematis dan terencana agar informasi yang disampaikan mengenai pelaksanaan dan tujuan program yang telah ditetapkan sebelumnya dapat dipahami oleh sasaran peserta program.

Sosialisasi program dilihat dari dua indikator yakni kemampuan penyelenggara program dan sikap terhadap sosialisasi program: 1) Kemampuan penyelenggara program Dalam melancarkan jalannya pelaksanaan, Dinas Perhubungan Kota Medan telah melaksanakan sosialisasi untuk memperkenalkan Electronic Parkir (e-parking) kepada juru parkir. Pihak penyelenggara yakni Dinas Perhubungan Kota Medan telah melaksanakan beberapa kali sosialisasi dan pelatihan bagi juru parkir melalui undangan langsung ke Kantor maupun turun ke lapangan. Dalam pemberian sosialisasi, Dinas Perhubungan Kota Medan tidak hanya menyampaikan cara pengoperasian alat namun juga informasi dibentuk adanya program tersebut serta tujuan program yang sudah disampaikan. terkait pemberian pelatihan juga wajib diberikan bagi juru parkir dengan melalui pengajaran satu per satu tiap juru parkir yang akan ditempatkan di titik lokasi.

Penyebaran sosialisasi terkait e-parking yang diberikan Dinas Perhubungan Kota Medan tidak hanya ditujukan bagi juru parkir yang akan di tugaskan mengoperasikan alat, tetapi juga juru parkir konvensional juga tak luput diberikan sosialisasi e-parking. Pemberian sosialisasi ini dimaksudkan agar semua juru parkir mengetahui program-program yang bertujuan baik demi

pengelolaan parkir, salah satunya melalui e-parking. Selain itu, sosialisasi tersebut juga diberikan kepada masyarakat sebagai pengguna. Dalam pelaksanaannya, Dinas Perhubungan Kota Medan memberikan sosialisasi melalui kecamatan-kecamatan dengan mengundang tokoh masyarakat dan lembaga permasyarakatan untuk mampu menyampaikan informasi e-parking pada masyarakat lainnya. Sosialisasi program e-parking juga dilakukan melalui siaran radio, media *leaflet* yang diberikan kepada masyarakat dan pemasangan MMT berisi informasi e-parking yang terbatas hanya di beberapa titik lokasi. Media lain yang digunakan dalam sosialisasi seperti di media sosial Facebook maupun Instagram. Terkait sosialisasi kepada masyarakat lebih digencarkan melalui media sosial sebagai upaya alternatif yang dirasa mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan mudah diakses oleh siapa pun.

Dari beberapa fakta tersebut, dapat disimpulkan bahwa pihak pelaksana yakni Dinas Perhubungan Kota Medan telah melaksanakan sosialisasi program dengan baik kepada juru parkir maupun masyarakat. Namun, berdasarkan hasil pengamatan, masih terdapat masyarakat yang tidak mengetahui pelaksanaan yang telah diselenggarakan beserta tujuan e-parking dengan jelas dikarenakan pemberian sosialisasi kepada masyarakat belum sepenuhnya merata diberikan.

Walaupun begitu, antusiasme para juru parkir dapat dikatakan cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari keterlibatan para juru parkir se-kota Medan untuk mewujudkan tata kelola parkir yang lebih baik. Sementara dari kalangan masyarakat, kurang mendapatkan respons yang baik dari masyarakat. Hal ini tak lain disebabkan masih belum efektifnya penyebaran informasi terkait e-parking di Kota Medan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, sosialisasi program e-parking telah dilaksanakan dengan dua indikator: kemampuan penyelenggara program dan sikap terhadap sosialisasi program yang dapat disimpulkan kurang efektif karena kurang maksimal. Sosialisasi telah berhasil merata dilakukan kepada para juru parkir yang ditugaskan memegang alat maupun konvensional. Namun dalam pelaksanaannya, masyarakat belum tahu dan dapat menyesuaikan kebijakan tersebut. Kesadaran masyarakat yang belum terbiasa dengan pembayaran digital dan nontunai membuat kebijakan ini mengalami berbagai kendala. Selain itu, perihal tarif progresif yang membuat biaya parkir ditentukan oleh macam kendaraan. Beberapa pengendara dengan kendaraan mewah tidak mau membayar lebih mahal dan sering kali menimbulkan perdebatan antara juru parkir dan pemilik kendaraan.

Meskipun sosialisasi sudah digencarkan melalui media sosial, tetapi tidak diimbangi dengan sosialisasi langsung secara merata pada masyarakat, maka penyampaian tujuan program tersebut berjalan kurang maksimal. Masyarakat menginginkan sosialisasi tersebut diberikan secara langsung, berkala dan menyeluruh untuk mendapatkan hasil sesuai dengan yang diharapkan. Pelaksanaan program dapat dikatakan berhasil apabila mampu mendapatkan kesesuaian antara input dan *output* pelaksanaan program sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Seiring berjalannya kebijakan e-parking ini, banyak kalangan menilai mampu memberikan dampak positif. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Medan tentang Retribusi Daerah perihal pemberlakuan tarif progresif dapat berjalan dengan bantuan kebijakan ini. Setelah tarif progresif mampu berjalan, banyak memberikan pengaruh pada peningkatan pendapatan

yang berasal dari retribusi parkir. Adapun dengan bantuan alat cukup membantu dalam menghindari adanya perselisihan juru parkir dengan masyarakat pengguna, karcis yang telah di-*print* sebagai alat yang mampu memberikan bukti konkret. Pada karcis tersebut tercantum semua data-data pengguna saat parkir seperti durasi parkir dari jam masuk hingga keluar, nomor polisi, jumlah tanggungan yang harus dibayar, lokasi parkir pengguna, dan peraturan yang mengatur terkait tarif progresif.

Kegiatan perparkiran melalui e-parking ini mampu memberikan rasa aman dan nyaman bagi masyarakat karena penagihan tarif tidak ada manipulasi serta berlangsung transparan. Selain itu, kebijakan ini dapat memberikan keuntungan bagi juru parkir sebagai pekerja yang diatur oleh peraturan dan tidak lagi dianggap meresahkan bagi pemilik kendaraan. Hal ini mengubah citra buruk juru parkir di Kota Medan ke arah yang lebih baik.

Dari berbagai proses sosialisasi dan komunikasi kebijakan tersebut, ada beberapa hal yang menjadi perhatian peneliti. Pertama, soal keterlibatan *stakeholders* yang terlibat dalam kebijakan e-parking ini meliputi Pemerintah Kota Medan melalui Dinas Perhubungan (Dishub) Kota Medan, PT. LGE yang kemudian melatih para juru parkir se-kota Medan, dan masyarakat Kota Medan yang menjadi pengguna parkir elektronik tersebut. Semua pihak yang terlibat dalam kebijakan ini, baik sebagai pemangku kebijakan dan juru parkir serta masyarakat yang menggunakan fasilitas tersebut, berusaha untuk menciptakan kondisi parkir yang berkelanjutan dan berdampak pada pendapatan daerah Kota Medan.

Penutup

Dari berbagai temuan di atas, ada beberapa hal yang menjadi fokus penelitian ini terkait komunikasi kebijakan dalam implementasi program e-parking Kota Medan. *Pertama*, komunikasi yang dilakukan Pemerintah Kota Medan dilakukan dengan cara komunikasi secara langsung, dalam bentuk sosialisasi, *workshop*, dan FGD. Proses komunikasi ini dianggap berhasil untuk memperkenalkan kebijakan e-parking pada tahap awal. Namun, karena kebijakan ini hanya dihadiri oleh elemen internal seperti pemerintah dan para juru parkir, maka kebijakan ini kurang populer untuk dikenal masyarakat luas, terkhusus masyarakat Kota Medan. Banyak masyarakat merasa kaget dengan kebijakan tersebut dan tidak terbiasa dengan pembayaran nontunai. Tidak hanya itu, beberapa masyarakat merasa keberatan dengan pemberlakuan tarif progresif untuk jenis kendaraan yang berbeda.

Selain itu, kedua, yaitu proses komunikasi yang dilakukan oleh PT. LGE sebagai pihak ketiga, penyedia alat parkir elektronik. PT. LGE melakukan pelatihan juru parkir se-Kota Medan yang akan menjadi pelaku lapangan saat menerapkan kebijakan e-parking. Namun, karena pelatihan ini dilakukan sepihak dan tanpa terintegrasi dengan proses yang dilakukan Pemerintah Kota, maka pelatihan yang dilakukan oleh PT. LGE seperti dilakukan sepihak. Hal ini membuat semua proses komunikasi untuk kebijakan e-parking ini menimbulkan mis-interpretasi untuk beberapa kalangan.

Walaupun hadir dengan berbagai kendala tersebut, kebijakan e-parking berjalan dengan baik dan mampu membuat kondisi parkir di Kota Medan lebih

rapi dan terkendali. Hal ini tidak luput dari peran dari semua pihak yang terlibat dalam kebijakan tersebut, termasuk masyarakat yang menjadi sasaran kebijakan e-parking ini.

Daftar Pustaka

- Agustino, L. (2009). *Pilkada dan Dinamika Politik Lokal*. Pustaka Pelajar.
- Akib, H. (2012). Implementasi Kebijakan: Apa, Mengapa dan Bagaimana. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.26858/jiap.v1i1.289>
- Amni, Z. R., & Diyah, N. (2018). Triple Helix in the Poverty Reduction Policy Based on Community Empowerment in Semarang City. *E3S Web of Conferences*, 73, 10005. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20187310005>
- Arie. (2022, March 8). *Jukir E-Parking Langgar SOP, Kadishub Medan: Jika Alat Rusak Lebih Baik Parkir Gratis*. *dig tara.com*. <https://www.digtara.com/nusantara/jukir-e-parking-langgar-sop-kadishub-medan-jika-alat-rusak-lebih-baik-parkir-gratis/>
- Astuti, P. i M., Dewi, R. S., & Julianto, P. (2019). Analisis Efektivitas Penggunaan Sistem E-Parking dalam Pembayaran Retribusi Parkir di Kabupaten Tabanan. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 10(3), 390–401. <https://doi.org/10.23887/jimat.v10i3.22811>
- Bangun, S. (2021, October 5). *Wali Kota Medan Sosialisasikan E-Parking—Waspada Online | Pusat Berita dan Informasi Medan Sumut Aceh*. <http://redaksi.waspada.co.id/v2021/2021/10/wali-kota-med->

- an-sosialisasikan-e-parking/
doi.org/10.35580/jmathcos.v3i2.20123
- Cook, C. W., & Hunsaker, P. (2007). *Management and Organizational Behaviour*. McGraw-Hill Education.
- Creswel, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Dinas Kominfo Kota Medan. (2021, August 18). *Bobby Nasution Resmikan E- Parking di 22 Titik Kota Medan*. <https://pemkomedan.go.id/artikel-21566-bobby-nasution-resmikan-e-parking-di-22-titik-kota-medan.html>
- Dunn, W. N. (2003). *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Gajah Mada University Press.
- Efendi, R. (2021, November 13). *Baru 24 Hari Diterapkan di Kota Medan, E-Parking Sumbang PAD Rp 200 Juta*. liputan6.com. <https://www.liputan6.com/regional/read/4710152/baru-24-hari-diterapkan-di-kota-medan-e-parking-sumbang-pad-rp-200-juta>
- Fadhil, M. A. (2020). *Analisis Konsep Triple Helix dalam Mendorong Pengembangan Industri Kreatif sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kelompok Masyarakat Pengrajin Tenun Sulam Tapis di Pekon Argopeni Kecamatan Sumber Rejo Kabupaten Tanggamus)* [Undergraduate, UIN Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/11376/>
- Hadari, N. (2003). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada University Press.
- Ihsan, H., Side, S., & Wulandari, E. (2020). Pemodelan Penggunaan E-Money pada E-Parking Kota Makassar. *JMathCos (Journal of Mathematics, Computations, and Statistics)*, 3(2), 88–96. <https://doi.org/10.35580/jmathcos.v3i2.20123>
- Ila. (2021, October 14). *Dishub Kota Medan Perluas Sistem e-Parking, Berlaku 18 Oktober di 8 Lokasi*. SumutPos.Co. <https://sumutpos.co/dishub-kota-medan-perluas-sistem-e-parking-berlaku-18-oktober-di-8-lokasi/>
- Izzati, M. F. (2017). *Implementasi Triple Helix dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Kreatif di Kota Malang sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN* [Sarjana, Universitas Brawijaya]. <https://doi.org/10/BAB%20V.pdf>
- Jaelani, A. (2019). Triple Helix Sebagai Model bagi Inovasi Pendidikan Tinggi: Analisis Logika Kelembagaan dalam Pengembangan Kewirausahaan Dan Ekonomi. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(1), 121–138. <https://doi.org/10.24235/amwal.v11i1.4980>
- Kireina, N. F. (2018). *Implementasi Kebijakan Smart Parking System dan Partisipasi Masyarakat dalam Mewujudkan Bandung Smart City*. <https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/repository.unpar.ac.id/handle/123456789/6567>
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nugroho, R. (2012). *Public Policy*. Kompas Media.
- Pekuwali, D. (2021, October 18). *Cara Menggunakan E-Parking di Kota Medan dan Lokasi Berlaku Sistem Pembayaran Nontunai*. KOMPAS.com. <https://regional.kompas.com/read/2021/10/18/193718978/cara-menggunakan-e-parking-di-kota-medan-dan-loka>

- si-berlaku-sistem
- Pratamawaty, B. B., Dewi, E. A. S., & Trulline, P. (2019). Model Strategi Komunikasi Politik Sosialisasi Kebijakan Masyarakat Ekonomi ASEAN di Bandung Barat. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(2), 211–223. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i2.23362>
- Purwandari, R. (2018). Kekuatan Triple Helix dalam Usaha Peningkatan Kualitas Produksi Perajin Bambu di Kertayasa, Mandiraja, Banjarnegara, Jawa Tengah. *Corak : Jurnal Seni Kriya*, 7(1), 27–36. <https://doi.org/10.24821/corak.v7i1.2664>
- Puspadini, M. (2021, October 16). *Ditentang Juru Parkir, Begini Sistem e-Parking Ide Walkot Medan Bobby Nasution*. medcom.id. <https://www.medcom.id/nasional/daerah/xkEXpoMbditentang-juru-parkir-begini-sistem-e-parking-ide-walkot-medan-bobby-nasution>
- Rahman, A. Z., & Warsono, H. (2019). Kolaborasi Triple Helix dalam Pembangunan Wisata Bahari di Indonesia. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*, 7(1), 25–31. <https://doi.org/10.47828/jianaasian.v7i01.22>
- Subarsono. (2011). *Analisis Kebijakan Publik. Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syaripudin, A. F., Nur, T., & Meigawati, D. (2020). Komunikasi Kebijakan Publik dalam Penyelenggaraan Reklame di Kota Sukabumi. *Publikauma : Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 8(2), 82–86. <https://doi.org/10.31289/publika.v8i2.4004>
- Tahir, A. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi Kebijakan Transparansi Penyelenggaraan Pemerintahan di Kota Gorontalo. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara*, 1(70), 1–23.
- Wahab, A. (2005). *Analisis Kebijakan dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara*. Bumi Aksara.

Resepsi Audiens dada Personal Branding Habib Husein Jafar di Youtube Channel “Jeda Nulis”

Atin Nurul Hidayah^(a), Ageng Widodo^{(a)(*)}

^(a) UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto

*Korespondensi Penulis, Email: atinhidayah53@gmail.com, widodoageng009@gmail.com

A B S T R A C T

Keywords:
personal branding,
reception analysis,
YouTube.

Advances in information and communication technology have given birth to various media for the exchange and dissemination of information. One of the media that is widely used in this digital era is YouTube. The platform gave birth to many content creators in various fields, one of which is da'wah activities. Among them are many preachers who fill YouTube content, Habib Husein Jafar Al Hadar is a preacher who consistently creates content. This study aims to analyze how the audience interprets Habib Husein Jafar's personal branding on the Youtube Channel "Jeda Nulis". This study uses a qualitative descriptive method with data collection interviews and documentation. The researcher uses Stuart Hall's reception analysis theory where in interpreting media messages the audience is divided into three positions, namely dominant hegemonic, negotiated, and oppositional. The researcher refers to eight personal branding concepts that were coined by Peter Montoya, namely specialization, leadership, personality, difference, appearance, unity, constancy, and good name. The results of this study indicate that the audience generally accepts Habib Husein's personal branding. There are three informants who consistently occupy a dominant hegemonic position, one other informant occupies a negotiated position, and none of the informants is found to have rejected it so that no one occupies an oppositional position.

A B S T R A K

Kata Kunci:
Personal Branding, Analisis
Resepsi, YouTube.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah melahirkan berbagai media untuk pertukaran dan penyebaran informasi. Salah satu media yang banyak digunakan di era digital ini adalah YouTube. Platform tersebut melahirkan banyak content creator di berbagai bidang, salah satunya adalah aktivitas dakwah. Di antaranya banyaknya pendakwah yang mengisi konten YouTube, Habib Husein Jafar Al Hadar merupakan pendakwah yang konsisten membuat konten. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemaknaan audiens pada personal branding Habib Husein Jafar di Youtube Channel “Jeda Nulis”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Peneliti menggunakan teori analisis resepsi Stuart Hall dimana dalam memaknai pesan media khalayak dibagi menjadi tiga posisi yaitu dominant hegemonic, negotiated, dan oppositional. Peneliti merujuk pada delapan konsep personal branding yang dicetuskan oleh Peter Montoya yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan,

kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa audiens secara garis besar menerima personal branding Habib Husein. Terdapat tiga informan yang konsisten menempati posisi dominan hegemonic, satu informan lainnya menempati posisi negotiated, dan tidak ditemukan satupun informan yang melakukan penolakan sehingga tidak ada yang menempati posisi oppositional.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah melahirkan berbagai media untuk pertukaran dan penyebaran informasi. Hal ini dapat dilihat bahwa penyampaian pesan maupun informasi saat ini tidak terbatas pada surat kabar, majalah, dan bentuk cetakan lainnya, tetapi lebih beragam dalam bentuk audio, video, dan audiovisual. Di era media konvensional penyampaian informasi lebih bersifat satu arah dari komunikator kepada khalayak. Seiring berkembangnya teknologi komunikasi, proses komunikasi ini bersifat interaktif, yaitu khalayak atau audiens dapat langsung merespons pesan yang disampaikan di waktu bersamaan.

Perkembangan internet menjadi kunci hadirnya era komunikasi interaktif melalui media. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dari periode maret hingga April 2019 dari keseluruhan penduduk Indonesia yang berjumlah 264,16 juta jiwa terdapat 171,71 juta jiwa atau sekitar 64,8% sudah terhubung dengan internet, meningkatnya angka ini sekitar 10,21% dari tahun sebelumnya, di mana tahun 2017 pengguna internet tercatat sebesar 54,86%. Peningkatan pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 202,6 juta jiwa (Rena, 2021).

Kehadiran internet diiringi pula dengan hadirnya platform media sosial. Pada tahun 2005, muncul platform me-

dia sosial yang digunakan untuk berbagi video bernama YouTube. Platform ini memberi kesempatan bagi audiens untuk menjadi kreator yang kemudian disebut sebagai YouTuber. Menjadi YouTuber tidak harus memiliki kriteria tertentu, karena penggunaan youtube cukup mudah hanya mengunggah, mempublikasikan, dan *streaming* video (Eribka et al., 2016).

YouTube dimanfaatkan dalam berbagai bidang, termasuk aktivitas dakwah. Salah satu kanal dakwah yang memiliki banyak pemirsa adalah 'Jeda Nulis' yang dikelola oleh Husein Jafar Hadar. Kanal ini memiliki tagline 'channel buat generasi Muslim milenial yang mau belajar Islam secara mendalam'. Hingga Juni 2022, jumlah pelanggan (subscriber) Jeda Nulis mencapai lebih dari 783.000 dengan jam tayang 49.861.884 kali. Video pertama diunggah pada tahun 2018 berjudul "Menjadi Muslim yang Moderat itu Bagaimana sih?" dengan pemirsa sebanyak 41.960. Sejak saat itu Husein secara rutin mengunggah konten yang kini berjumlah 198 video. Konten YouTube Jeda Nulis yang berisi tentang dakwah keislaman, isu keagamaan, hingga toleransi. Sebagaimana karakter media sosial yang interaktif, Husein mendapat *feedback* langsung dari audiens berupa komentar-komentar di akun unggahan videonya. Hal ini menimbulkan pertanyaan bagi peneliti, bagaimana resepsi audiens terhadap konten-konten di kanal YouTube tersebut?

Studi tentang resepsi Stuart Hall pada akun YouTube dakwah telah ban-

yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Analisis ini mampu memetakan bagaimana penerimaan penonton pada kanal *content creator* YouTube berdasar tiga kategori utama, yaitu hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisional (Rofi dan Rakhmad, 2020). Selain *personal branding*, analisis ini juga digunakan untuk membedah pemaknaan pada sebuah video vlogger kecantikan (Suryani, 2013; Verdiana, 2021; Inayah (2020), makanan (Supriyatman dan Nugroho, 2019). Riset-riset terdahulu menegaskan analisis resepsi memungkinkan adanya sebuah penelitian untuk memetakan penerimaan audiens pada sebuah produk budaya.

Kebaruan penelitian ini dibandingkan dengan riset terdahulu terletak objek kajian, yaitu “Jeda Nulis” yang dikelola oleh seorang pendakwah bernama Habib Husein Jafar. Penelitian ini berfokus pada penerimaan audiens dalam meresepsikan personal branding Husein Jafar Hadar di kanal YouTube Jeda Nulis. Penelitian ini memberikan sumbangsih pada penggunaan analisis resepsi pada konten dakwah di media sosial, khususnya YouTube. Hasil penelitian diharapkan mampu memantik kajian-kajian penerimaan *personal branding* audiens pada *content creator* di era media sosial.

METODE

Peneliti merupakan analisis kualitatif deskriptif pada *personal branding* Husein Jafar Al Hadar di kanal YouTube ‘Jeda Nulis’ dengan menggunakan teori resepsi melalui proses posisi hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisi. Teori resepsi mempunyai pandangan bahwa faktor kontekstual berupa identitas khalayak, persepsi penonton atas tayangan

suatu program hingga latar belakang sosial, sejarah dan isu politik dapat mempengaruhi cara khalayak membaca atau menilai suatu media, seperti menonton video di YouTube (Ido, 2009). Dalam hal ini peneliti menganalisis bagaimana pemaknaan personal branding audiens yang menonton konten Habib Husein di youtube channel ‘Jeda Nulis’.

Peneliti menggali opini atau argumentasi dari para informan dengan sejumlah pertanyaan wawancara mengenai personal branding Habib Husein Jafar di Youtube Channel ‘Jeda Nulis’. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang mengumpulkan, mengolah, serta menganalisis data-data deskriptif. Peneliti berfokus pada audiens media baru penikmat konten Husein Jafar Hadar di kanal YouTube ‘Jeda Nulis’. Menurut Jane Stokes penelitian kualitatif dalam penelitian kajian media dan budaya mengutamakan makna dan penafsiran (Stokes, 2006). Selain menggunakan metode kualitatif, peneliti juga menggunakan kajian analisis resepsi audiens, yang mana audiens memiliki cara pandang dan pemaknaan tersendiri dari apa yang diamatinya.

Paradigma penelitian ini adalah konstruktivisme, bahwa kebenaran yang akan dicari adalah bagaimana penerimaan audiens pada personal branding Husein Jafar dalam Youtube ‘Jeda Nulis’. Penggalan data menggunakan wawancara baik tatap muka atau pun daring kepada penonton kanal ‘Jeda Nulis’. Teknik pemilihan informan menggunakan purposive sampling yaitu salah satu pengambilan sampel yang kriterianya sesuai dengan topik penelitian (Miranda, 2021). Teknik ini bertujuan agar peneliti memperoleh penelitian yang mendalam, sehingga informan yang dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Subjek dalam penelitian ini

adalah penikmat kanal YouTube Jeda Nulis yang dikelola oleh Husein Jafar. Peneliti menetapkan 4 orang informan terdiri dari 2 informan laki-laki dan 2 informan perempuan. Dengan klasifikasi informan yang bervariasi yaitu pengguna aktif media sosial YouTube, menjadi *subscriber* YouTube kanal 'Jeda Nulis' minimal dua tahun, kaum milenial usia 17-35 tahun, aktif berkomentar di konten 'Jeda Nulis', dan bersedia menjadi informan. Hasil wawancara kemudian ditranskrip, direduksi, dan diolah menjadi naskah yang bisa menjawab pertanyaan penelitian.

Terdapat tiga posisi terbentuknya penerimaan (Struart, 1980), yaitu: *pertama*, posisi hegemoni dominan, yaitu khalayak menerima pesan yang disampaikan media. *Kedua*, posisi negosiasi, secara umum khalayak menerima pesan namun menolak penerapan makna pesan, dan *ketiga*, posisi oposisi, yaitu khalayak mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif. Artinya, audiens menolak makna pesan yang disampaikan media dan menggantikannya dengan pikirannya sendiri. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam terhadap empat informan dengan kriteria kalangan milenial, subscriber Youtube "Jeda Nulis", penonton segmen kultum pemuda tersesat.

Pertanyaan-pertanyaan wawancara yang digunakan untuk penelitian ini dibuat berdasarkan konsep dalam personal branding dan penerimaan audiens pada *personal branding* Habib Husein Jafar di Youtube Channel "Jeda Nulis". Berdasarkan konsep *personal branding* yang dicetuskan oleh Peter Montoya (Peter, 2002) yaitu spesialisasi (*The Law of Specialization*), Kepemimpinan (*The Law of Leadership*),

Kepribadian (*The Law of Personality*), Perbedaan (*The Law of Distinctiveness*), Kenampakan (*The Law of Visibility*), Kesatuan (*The Law of Unity*), Keteguhan (*The Law of Persistence*) dan Nama Baik (*The Law of Goodwill*). Sehingga peneliti menempatkan informan dalam tiga posisi pembaca berdasarkan konsep *personal branding* yang dilakukan Habib Husein Jafar.

HASIL

Penelitian ini menitikberatkan pada personal branding Husein Jafar sebagai *content creator* kanal YouTube 'Jeda Nulis'. Ciri khas dari *personal brand* harus terfokus pada kekuatan, keahlian, atau pencapaian tertentu. Pengamatan ini dimulai dari awal mula Husein Jafar mulai memanfaatkan media sosial YouTube pada 2018. Husein Jafar memiliki spesialisasi di konten YouTube-nya ketika berdakwah maupun berkolaborasi selalu mengemas dakwahnya dengan humor, sehingga dakwahnya tidak monoton dan mudah diterima khalayak. Namanya semakin dikenal sejak ia sering berkolaborasi dengan *public figure*. Dengan gaya yang mampu diterima generasi muda, Husein Jafar mampu menarik perhatian khalayak yang kemudian memiliki julukan 'pemuda tersesat'.

Spesialisasi (*the law of specialization*)

Para informan memiliki beragam argumen dalam menilai spesialisasi Habib Husein Jafar. Wanti berpendapat bahwa Habib Husein memiliki ciri khas yang tidak semua pendakwah miliki, yaitu gaya berpakaian yang seperti kaum milenial dan caranya mencairkan suasana dengan humor.

“Menurut aku sih terutama dari sisi berpakaian karena ia itu santai banget entah waktu diajak kolab sama orang atau enggak. Padahal ia Habib tapi pakaiannya bener-bener kayak anak muda pada umumnya nggak ada yang mencirikan kalau dia Habib. Seperti yang kita tahu kalau Habib pakai sorban, gamis Panjang. Ia simpel dan sesederhana itu, untuk bercandanyapun kayak anak muda biasa”.

Tanggapan Azizah tidak jauh berbeda dengan Wanti di mana Husein Jafar identik pada humornya. Azizah menambahi bahwa Habib Husein mempunyai nilai lebih bisa berteman ataupun merangkul semua kalangan. Bahkan berkali-kali Husein Jafar berkolaborasi dengan pemuka agama lain dan menjadi contoh baik terkait dialog lintas agama.

Hal senada diutarakan oleh Fahmi yang menilai Habib Husein mampu merangkul semua kalangan dan berpenampilan seperti anak muda. Selain itu, kemampuan Husein Jafar dalam bergaul dengan berbagai kalangan menjadi nilai positif di mata informan.

“Menurutku sih ia bisa merangkul semua kalangan, baik yang anak majelis ataupun bukan dan kebanyakan anak-anak yang kurang mengenal agama pun ia bisa merangkul mereka. Dakwahnya juga santun, tidak men-judge. Terlebih mungkin karena ia memiliki latar belakang penulis jadi kata-kata ia sangat tersusun rapi dan mengena. Nggak Cuma itu saja dari berpenampilan pun jelas seperti anak muda.”

Tanggapan Ikhtiar juga sama seperti Wanti, Azizah, dan Fahmi di mana Habib Husein memiliki ciri khas dalam

berpenampilan dan tidak vulgar memperlihatkan bahwa ia adalah seorang Habib yang biasanya memakai surban maupaun jubah. Di Indonesia, keturunan Habib biasa diidentikkan dengan simbol tersebut. Namun Husein Jafar tampil dengan nuansa yang sama sekali berbeda.

“Menurut saya pribadi yang menarik jelas dari penampilannya, ia tidak terlalu vulgar memperlihatkan bahwa Habib itu harus bersorban loh, Habib itu harus pakai penutup artinya dari ujung kepala sampai ujung kaki harus tertutup semua. Ia pun memakai celana, kaos nggak terlalu banyak memakai baju koko atau baju-baju muslim. Tetapi ia bisa mencerminkan sebagai sosok orang yang bisa diterima oleh kaum millennial. ”

Berdasarkan proses resepsi audiens terhadap spesialisasi Habib Husein Jafar dapat disimpulkan semua informan masuk ke dalam posisi hegemoni dominan, karena semua informan menjelaskan secara detail bagaimana spesialisasi Habib Husein Jafar dapat diterima sepenuhnya dengan apa yang ia tampilkan di YouTube.

Kepemimpinan (*the law of leadership*)

Dalam hal kepemimpinan Husein Jafar melayani audiens menginginkan sosok pemimpin ideal, yakni seseorang yang dapat menghilangkan ketidakpastian dan menawarkan kejelasan serta berpengetahuan dan dapat diandalkan. Penguasaan Husein Jafar pada ilmu agama dan umum memberikan penilaian terkait kepemimpinan ini. Para informan memiliki berbagai pendapat terkait kepemimpinan Habib Husein dengan kemampuannya dalam mempengaruhi khalayak di You-

Tube 'Jeda Nulis'. Wanti berpendapat Husein mampu mempengaruhi khalayak karena penyampaiannya yang universal sehingga Islam tidak dipandang eksklusif itu dan dapat diterima semua kalangan. Ia tidak mempersoalkan pakaian Husein Jafar karena yang paling penting adalah konten keagamaannya. Baginya, konten universal bisa membuat nama Islam semakin dikenal baik.

Sedangkan Azizah menilai kehadiran Husein Jafar membawa angin segar di mana dalam konten YouTube-nya mengajak untuk berdamai dengan orang lain. Husein Jafar dianggap memberikan konten-konten positif yang dapat meruntuhkan nilai-nilai konservatif yang berkembang di tengah masyarakat Indonesia.

“Dari cara pandangku sebelum adanya konten Habib Husein masyarakat masih menganut nilai-nilai konservatif yang kuat. Jadi kalau misalkan adanya Habib ini meruntuhkan nilai-nilai konservatif itu. Maksudnya, ia berdakwah untuk mengajak berdamai dengan orang lain. Karena menurutku hadirnya Habib Husein ini membawa angin segar buat kita. Apalagi kadang ada misal, mempelajari ayat dari satu pihak nah adanya Habib ini kita bisa memandang dari dua pihak. Jadi, kita bisa memilih mana yang bisa lebih diyakini. Karena nggak memaksa, saya sebagai jamaahnya senang melihat konten-konten ia. Toh semua agama kan memang mengajarkannya sama karena memang akidahnya saja yang berbeda”.

Fahmi memberi penegasan terkait konten positif tersebut dari informan sebelumnya. Baginya, Husein Jafar menjadi salah satu kreator yang mampu mewarnai YouTube dengan konten positif. Hal ini

ditunjang dengan penguasaan ilmu yang mumpuni sehingga mampu menarik perhatian anak muda. Kehadiran sosok pendakwah yang menguasai lintas disiplin keilmuan di YouTube membuat audiens memiliki pilihan guru yang dianggap sesuai.

Pendapat para informan menegaskan kuatnya kepemimpinan Habib Husein karena dapat menghilangkan ketidakpastian dan menawarkan kejelasan. Peneliti menyimpulkan semua informan masuk ke dalam posisi hegemoni dominan, menerima sepenuhnya apa yang disampaikan Habib Husein di YouTube-nya.

Kepribadian (*the law of personality*)

Kepribadian merupakan bagian yang sangat penting dalam membentuk *personal branding*. Husein Jafar kerap menunjukkan sisi kepribadiannya ketika sedang berdakwah, berbincang dengan tokoh-tokoh agama, maupun saat bertemu guru-gurunya. Hal ini diperhatikan oleh para informan yang rajin menonton konten-konten 'Jeda Nulis'.

Wanti berpandangan tentang kepribadian Habib Husein yang sangat bagus dimana ia selalu menjadi dirinya sendiri. Apalagi, Husein Jafar menunjukkan pribadi yang toleran. Selain itu, Husein Jafar mampu membawakan konten keagamaan yang sebenarnya berat menjadi terasa ringan. Sementara Azizah melihat Husein Jafar sebagai orang yang asik, rendah hati, dan tidak pandang bulu dalam berteman. Meskipun seorang Habib, Husein Jafar tetap bisa berperilaku layaknya masyarakat pada umumnya. Bahkan Husein Jafar bisa berteman dengan sosok kontroversial seperti Coki Pardede.

“Menurut saya ia orangnya asik,

mau berteman dengan kalangan apapun bahkan dengan atheis seperti Coki Pardede. Ia juga tidak membeda-bedakan. Dengan hadirnya sosok Habib Husein ini membuka pikiran kita bahwa pluralisme itu nggak bisa ditolak dan rasanya tuh jadi suka sama orang yang supel kaya ia. Bukan cuma itu juga, ia Habib tapi tidak menghabiskan diri. Sepertinya ia juga paham filsafat dan ia tidak mengharamkan orang untuk belajar filsafat.”

Fahmi memiliki pandangan bahwa kepribadian Husein Jafar di YouTube channel ‘Jeda Nulis’ terlihat unik dalam gaya berpakaian karena tidak seperti seorang Habib pada umumnya. Ia menaruh perhatian positif pada Husein Jafar karena gaya casual tersebut dilengkapi dengan ilmu dan kemampuannya menyesuaikan diri saat berbincang dengan lawan bicaranya. Sedangkan Ikhtiar menilai kepribadian Husein Jafar di kanal YouTube ‘Jeda Nulis’ sangat ber-*attitude*, rendah hati, dan mengedepankan sopan santun kepada yang lebih tua sehingga pantas untuk diteladani. Apalagi Husein Jafar memiliki kemauan untuk belajar bahkan pada seseorang yang lebih muda.

Berdasarkan jawaban para informan di atas dapat dilihat bahwa mereka menerima sepenuhnya kepribadian Husein Jafar yang ditampilkan dalam YouTube-nya. Sehingga semua informan peneliti masukkan ke posisi hegemoni dominan.

Perbedaan (*the law of distinctiveness*)

Sebuah *personal branding* harus memiliki kesan yang kuat sehingga berbeda dari orang lain dalam bidang yang sama. Perbedaan dan keunikan yang ditampilkan dari unggahan di YouTube-nya

menjadi suatu hal sangat berpengaruh dalam membangun *personal branding*. Sebagaimana halnya seorang pendakwah harus memiliki sesuatu yang unik dan berbeda dari pendakwah lain agar audiensnya semakin banyak. Dengan penyampaian yang unik, audiens akan dengan mudah mengingat model dakwah yang dilakukan oleh Husein Jafar.

Peneliti mendapatkan pandangan yang berbeda dari keempat informan terkait keunikan cara dakwah Husein Jafar dibandingkan dengan pendakwah lain. Wanti berpandangan bahwa Husein Jafar memiliki kekuatan lebih dalam bidang ilmu terutama tentang filsafat. Baginya Husein Jafar mampu mengaitkan filsafat dengan agama. Namun di sisi lain Habib Husein belum bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan dari agama lain dan lebih sering hanya menjawab dari sudut pandang Islam.

“Menurut aku perbedaan Habib dengan pendakwah lain sih kalau Habib ini punya kekuatan dibandingkan yang lain dia lebih paham sejarah dan itu pasti lebih ke filsafat sih. Karena setauku belajar filsafat itu nggak mudah dan kebanyakan filsafat itu berpikir secara logika. Kalau Habib Husein bisa mengaitkan antara filsafat dengan agama. Tetapi di sisi lain Cuma emang menurutku ada beberapa yang belum bisa menjawab pertanyaan dari beberapa orang yang non muslim.”

Azizah menyebutkan perbedaan Husein Jafar dengan pendakwah lain terletak dari cara bicaranya yang mudah dipahami oleh kalangan awam sehingga pada saat menonton konten ia pun merasa seperti nongkrong, bukan sedang diceramahi. Tidak adanya penghakiman disebut menjadi salah satu poin penting

yang sangat disukainya dalam konten ceramah Husein Jafar. Apalagi 'Jeda Nulis' kerap berkolaborasi dengan tokoh lintas agama sehingga nilai-nilai toleransi begitu kuat tertanam. Baginya, hal ini menjadi bukti kuatnya komitmen Husein Jafar dalam menyuarakan Islam yang *rahmatan lil'alamin*.

Ikhtiar melihat letak perbedaan Husein Jafar terletak pada sanad yang sudah jelas sampai ke Nabi Muhammad SAW. Dari sisi imam mazhab, Habib Husein dianggap lebih condong ke Imam Syafii meski tidak pernah menyuarakan secara jelas. Sama seperti informan sebelumnya, kemudahan memahami dakwah Husein Jafar dianggapnya sebagai nilai lebih. Baginya, hal ini merupakan buah dari pendidikan keagamaan yang cukup lama.

Berdasarkan jawaban para informan terdapat tiga informan yang masuk ke dalam posisi hegemoni dominan yaitu Azizah, Fahmi, dan Ikhtiar. Ketiga informan tersebut menerima sepenuhnya apa yang disampaikan Husein Jafar di YouTube-nya. Sedangkan, satu informan lain yaitu Wanti masuk ke dalam posisi negosiasi, di mana ia menerima ideologi dominan namun terdapat sanggahan terutama karena Husein Jafar belum bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan dari non-Islam.

Kenampakan (*the law of visibility*)

Dalam membangun personal branding yang sukses harus membentuk citra diri secara konsisten atau terus menerus sehingga personal branding tersebut akan mudah diingat maupun dikenal. Kenampakan seringkali lebih penting daripada keahlian. Karena ada banyak orang memiliki keahlian yang sama, maka individu harus membuat dirinya lebih nampak dibanding

yang lain. Husein Jafar pun dilihat secara beragam dalam konteks kenampakan ini. Wanti melihat kenampakan Husein Jafar dari perilaku yang sangat dekat dengan kelompok milenial. Pendekatan yang sangat milenial membuatnya mudah dipahami oleh kelompok usia ini. Apalagi Husein Jafar kerap mengikuti tren yang sedang berkembang di media sosial yang membuatnya menemukan konteks dakwahnya.

Azizah berpendapat bahwa humorlah yang sangat nampak dari dakwah Husein Jafar. Meskipun humoris ia tetap mengerti batasan sehingga ilmu yang disampaikan tidak melampaui batas. Ia pun sependapat bahwa kalimat yang diucapkan oleh Husein Jafar sangat mudah untuk dipahami. Tetapi di sisi lain Husein Jafar kerap dikaitkan dengan syiah. Sedangkan syiah di Indonesia masih distigma negatif.

Tanggapan Fahmi tidak jauh berbeda dengan Azizah di mana Husein Jafar yang berilmu mampu bergaul dengan lawan bicara. Sementara Ikhtiar menitikberatkan kenampakan Husein Jafar dari gaya berpenampilan di mana ia juga mampu menyesuaikan dengan audiens dan bahasanya mudah dipahami oleh generasi milenial.

“Mungkin yang bisa saya lihat yang pertama dari stylish nya ia menyesuaikan dengan jamaah atau ya orang-orang akan disampaikan terkait dengan ceramah ia seperti itu. Tadi kan dari style itu salah satunya, nah yang kedua cara penyampaian ia juga banyak sekali dengan media bercanda terus bahasa yang disampaikan itu juga mudah dipahami oleh generasi sekarang. Bahasanya itu bukan Bahasa yang old atau Bahasa jaman dahulu tetapi cara penyampaiaannya juga ee sesuai dengan apa yang sekarang butuhkan”.

Berdasarkan jawaban dari para informan dapat disimpulkan bahwa semua informan masuk dalam posisi hegemoni dominan karena semua informan menerima sepenuhnya kenampakan pada personal branding Habib Husein di Youtube-nya. Terlebih dengan gaya milenial menandakan Husein Jafar mengikuti trend dan perkembangan zaman saat ini.

Kesatuan (*the law of unity*)

Kesatuan dalam *personal branding* yaitu realita kehidupan pribadi seseorang harus sejalan dengan nilai yang telah ditentukan dari *branding* yang telah dibangun. Seseorang dapat menunjukkan kepada masyarakat bahwa citra yang dibangun sejalan dengan apa yang diajarkan dan dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam dakwahnya Husein Jafar tidak hanya berbicara mengajak berbuat baik saja namun juga memberikan contoh kepada penonton. Contohnya ia mengajak kepada audiensnya untuk menanamkan nilai-nilai toleransi dalam kehidupan. Ia pun menunjukkan dalam konten YouTube-nya, melalui kolaborasi bersama tokoh agama lain seperti pendeta dan biksu. Terdapat beberapa argumentasi informan dalam menilai kesatuan *personal branding* yang dibangun oleh Husein Jafar di kehidupannya.

Wanti menilai kesatuan pada *personal branding* Habib Husein yang ditunjukkan dalam YouTube-nya sudah sesuai dengan kehidupan pribadinya. Menurutnya, apa pun yang Husein Jafar ungkapkan di media sosial maupun YouTube itu sudah sesuai sama kehidupan pribadi dan karakter ia bangun. Kalaupun memang ada yang beda itu pun tidak terlalu jauh atau pun melenceng 180 derajat. Ia menduga hanya beberapa karakter atau prinsip-prinsip yang memang tidak ditampilkan di YouTube

karena itu masuk ke ranah pribadinya. Baginya hal itu tidak terlalu bermasalah bahkan harus dihormati karena YouTube sudah masuk ranah hiburan (entertain). Tanggapan Azizah mengenai kesatuan *personal branding* Husein Jafar tidak jauh berbeda dengan Wanti. Baginya Husein Jafar tetap menjalan sesuatu yang ia perintahkan seperti dalam konten-kontennya.

“Kalau dilihat ia tetap menjalankan apa yang ia perintahkan. Terutama soal menggandeng pendeta Yeri bahkan dengan orang yang nggak beriman pun masih menjaga silaturahmi dengan baik. Bahkan ia juga berteman dengan semua kalangan. Jadi tidak asal bicara. Artinya, ia menyuruh toleransi dan ia juga melaksanakannya.”

Fahmi berpendapat juga bahwa kesatuan *personal branding* Habib Husein sudah sesuai dengan kehidupan pribadinya. Ikhtiar juga meyakini kehidupan pribadi Husein Jafar tidak akan berbeda karena bukan tipe orang yang bermuka dua. Pandangan ini disasari gaya Husein Jafar yang kalem ketika berada di luar YouTube ‘Jeda Nulis’. Ia bahkan menyebut gaya Husein Jafar jauh lebih kalem ketika berada di luar panggung dakwah. Hal yang paling terkesan adalah sifat Husen Jafat yang tidak suka menjustifikasi tentang apapun walau terhadap yang ahli maksiat.

Berdasarkan jawaban dari seluruh informan terhadap kesatuan Husein Jafar di YouTube-nya, keempat informan menempati posisi hegemoni dominan. Di mana mereka menerima sepenuhnya dan tidak ada sanggahan sama sekali. Menurut para informan yang ditampilkan Husein Jafar dalam YouTube-nya sudah sesuai dengan kehidupan asli.

Keteguhan (*the law of persistence*)

Membentuk *personal brand* membutuhkan waktu yang lama. Seorang individu harus memiliki keteguhan terhadap tampilan seperti apa yang disuguhkan kepada publik sejak awal tanpa ragu atau ingin mengubahnya. Keteguhan sangat dibutuhkan untuk membangun citra diri tersebut agar berkembang mengikuti zaman. Husein Jafar teguh dalam mempertahankan konten-konten positifnya di YouTube 'Jeda Nulis'. Wanti berpandangan bahwa keteguhan Habib Husein Jafar sangat mengikuti perkembangan zaman terlebih dari cara bicara, berpakaian, maupun sikap. Pendapat Azizah senada dengan Wanti di mana Husein Jafar disebutnya mengikuti perkembangan zaman, apalagi segmen audiensnya adalah kaum milenial yang aktif menggunakan media sosial. Selain di YouTube, Husein Jafar juga aktif menggunakan platform media sosial lain, bahkan TikTok.

Tidak jauh berbeda dengan Wanti dan Azizah, Fahmi menilai Husein Jafar merupakan sosok pendakwah yang mengikuti perkembangan zaman, dilihat dari *style*-nya. Sedangkan Ikhtiar memiliki memandang keteguhan Habib Husein Jafar menggunakan YouTube sangat tepat Baginya, apa yang ditampilkan oleh Husein Jafar dalam YouTubanya adalah bentuk kejeniusannya dalam menangkap peluang dakwah digital. Jika merujuk statistik pengguna YouTube memang disebut paling banyak di Indonesia.

Berdasarkan jawaban para informan di atas dapat dilihat bahwa semua informan menempati posisi hegemoni dominan, karena keempat informan menerima sepenuhnya ketika Habib Husein mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan Youtube sebagai media dakwahnya. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa Habib Husein memiliki keteguhan yang diakui oleh semua informan.

Nama baik (*the law of goodwill*)

Personal branding dapat memberikan pengaruh yang baik jika individu tersebut dipersepsikan secara positif. Husein Jafar mulai dikenal masyarakat luas melalui konten YouTubanya. Konten-konten positif ia tentunya mempengaruhi dan menarik perhatian khalayak. Dari YouTube khalayak mengetahui bahwa Husein Jafar memiliki sisi baik yang pantas dijadikan panutan.

Wanti dan Fahmi berpandangan bahwa nama baik Husein Jafar sudah terbentuk dan familiar di kalangan anak muda. Kolaborasinya dengan komika menjadi daya tarik tersendiri terlebih kerap mempertanyakan hal-hal yang nyeleneh. Namun ia menggarisbawahi beberapa kolaborasi ini justru menjadikan pertanyaan, terutama ketika Husein Jafar berkolaborasi dengan Coki Pardede, komika yang sangat kontroversial dan pada 2021 ditangkap karena mengonsumsi narkoba. Azizah juga memiliki catatan dalam hal nama baik ini di mana ia masih kerap terpengaruh pendapat orang lain terkait liberalnya Husein Jafar. Meski pun ia memiliki pandangan berbeda, namun suara-suara audiens lainnya kerap membuatnya terpengaruh.

Ikhtiar berpendapat bahwa konten positif Husein Jafar mengena di masyarakat terutama kaum millennial yang sudah tentu mengenalnya melalui YouTube-nya.

“Kalau menurut saya karena saya sering bertemu banyak orang, sering kok anak-anak muda lebih condong ke Habib Jafar mengenai konten positif dan mengenai keseharian Habib Jafar karna saat ini dan kebanyakan orang itu menilai apa yang

dilakukan oleh Habib Jafar itu mengenai di masyarakat dan hal yang positif dan yang ia sampaikan sudah juga sudah mengenai di kalangan masyarakat khususnya kaum millennial itu sendiri.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa semua informan menempati posisi hegemoni dominan dalam memaknai nama baik Habib Husein, karena keempat informan mampu menjelaskan secara detail terkait hal-hal yang mendasari nama baik Husein Jafar sudah terbentuk yaitu dengan konten-konten positif di Youtube-nya.

Diskusi

Dalam konteks penyebaran pesan atau informasi, media konvensional maupun digital sangat membantu komunikator untuk memperluas jangkauan audiens sehingga penyebaran informasi dapat tersampaikan dengan cepat. Dalam menerima pesan yang disampaikan oleh media, audiens terbagi menjadi dua yaitu aktif dan pasif. Audiens dikatakan aktif ketika dalam memilih pesan

yang akan diterima memilih dulu media seperti apa yang akan menjadi sumber konsumsi. Sedangkan audiens dikatakan pasif ketika audiens menerima pesan yang disampaikan secara langsung oleh media tanpa terjadinya negosiasi. Peran audiens kini telah bergeser menciptakan suatu hubungan interaksi antara audiens dengan pesan yang diterima. Pentingnya peran audiens dalam penerimaan pesan media menjadikan naiknya persentase audiens yang selektif untuk memilih media yang akan digunakan (Ido, 2009).

Pesatnya pengguna YouTube tidak terlepas karena banyaknya audiens memiliki kanal sendiri. Berbeda dari media massa seperti televisi dan radio yang membutuhkan modal banyak untuk membuatnya. Sedangkan YouTube hanya mendaftarkan e-mail pengguna langsung dapat memiliki kanalnya sendiri. Karenanya, jumlah pengguna YouTube semakin bertambah dari tahun ke tahun.

Kondisi ini melahirkan sebuah fenomena baru munculnya banyak aktor YouTube yang dikenal sebagai YouTubers. Sebutan YouTuber disematkan kepada

Tabel 1. Hasil Analisis Resepsi *Personal Branding* Husein Jafar

	<i>Dominant Hegemonic</i>	<i>Negotiated</i>	<i>Oppositional</i>
Spesialisasi	Semua informan	-	-
Kepemimpinan	Semua informan	-	-
Kepribadian	Semua informan	-	-
Perbedaan	Azizah, Fahmi, Ikhtiar	Wanti	-
Kenampakan	Semua informan	-	-
Kesatuan	Semua informan	-	-
Keteguhan	Semua informan	-	-
Nama baik	Semua informan	-	-

Sumber: Peneliti (2022)

orang-orang yang membuat konten video kreatif, unik, dan menarik kemudian diunggah ke YouTube dengan video yang sangat bervariasi. Kemunculan YouTubers pun disambut dengan baik terutama karena media baru ini telah masuk dalam bagian hidup kaum millennial dan menjadi trend bagi pengguna media. Di kalangan masyarakat Indonesia penggunaan media baru sudah mengakar pada kaum muda yang dianggap berperan aktif dalam menggunakan media baru (Edy, 2017). Keunggulan lainnya, internet digunakan sebagai penghubung komunikasi dua arah tanpa harus bertemu dengan audiens. Dakwah melalui media digital pun menjadi tren sejak banyak digunakan oleh *mad'u*, terutama usia milenial (Regi et al., 2019).

Pendakwah milenial mempunyai metode tersendiri untuk melakukan pendekatan kepada audiensnya terutama kalangan kaum muda. Sebagaimana Hanan Attaki, Felix Siaw, dan Evie Effendi yang memanfaatkan media sosial untuk berdakwah. Melalui dakwahnya yang unik, bergaya anak muda, dan menggunakan bahasa kekinian yang ringan serta mudah dipahami sehingga dapat memikat atau menarik perhatian kaum millennial untuk mengikuti dakwah mereka. Hal tersebut juga dilakukan oleh Habib Husein Jafar melalui youtube channel-nya yaitu 'Jeda Nulis'.

'Jeda Nulis' menjadi salah satu akun media dakwah yang sangat populer karena memiliki lebih dari 800.000 pelanggan (*subscriber*). Jumlah ini bahkan jauh lebih banyak dari akun resmi YouTube Nahdlatul Ulama (NU Online, 700.000-an) dan Muhammadiyah (79.000-an), dua organisasi Islam terbesar di Indonesia. Hal ini semakin menegaskan bahwa tren dakwah hari ini banyak yang melihat dari sisi personal, bukan dari lembaga keagamaan.

Karenanya, *personal branding* menjadi sebuah hal yang sangat menentukan sikap audiens terhadap pendakwah.

Pada awalnya Habib Husein hanya membuat video sendirian menyampaikan gagasan keislaman dan isu-isu yang kerap terjadi, seperti 'Islam Bukan Agama Perang', 'Belajar Mudah Islam Nusantara', dan 'Betapa Agungnya Nabi Muhammad SAW'. Namun, pada tanggal 22 Desember 2018 Habib Husein mulai berkolaborasi dengan Irfan Amalee, yang menjadi penerima penghargaan salah satu dari 500 tokoh muslim paling berpengaruh di dunia menurut Royal Institute For Islamic Studies pada tahun 2011. Mereka membahas tema toleransi di Indonesia maupun dunia (A'yun, 2019). Selain itu, Habib Husein juga berkolaborasi dengan tokoh-tokoh yang memiliki latar belakang berbeda mulai dari komika, influencer, musisi, akademisi dan lain sebagainya. Saat membahas tentang dakwah melalui musik ia kolaborasi dengan musisi Vikri Rasta.

Dengan kolaborasi beberapa tokoh, kanal YouTube 'Jeda Nulis' menarik banyak audiens dari berbagai latar belakang dan perspektif. Interaksi yang dilakukan oleh Husein Jafar dengan membuka tanya-jawab di media sosialnya juga menjadi nilai lebih dalam berdakwah di media sosial. Di saat pendakwah lain di Indonesia membuat konten berisikan narasi video, dakwah depan umum, dan memberikan nasihat, Husein Jafar memilih untuk membuat konten yang mampu menjawab keresahan para kaum millennial dan meneguhkan toleransi beragama mengobrol santai dengan tokoh agama lain di 'Jeda Nulis'. Hal ini menjadikan audiens memiliki resepsi yang positif pada sebagian besar konten-konten Husein Jafar.

Dewasa ini, penelitian mengenai brand image identik dengan iklan produk

dan marketing perusahaan, sementara itu studi terkait personal branding juga penting untuk mengkaji bagaimana seseorang mempersepsikan orang lain. Brand toleransi pada seorang dai di ‘Jeda Nulis’ juga sangat dominan, baik toleransi beragama atau pun bersikap pada orang-orang bermasalah. Berbicara mengenai toleransi beragama tidak terlepas dari rasa saling menghargai antar umat agama. Dalam hal ini, tentunya di Indonesia berkaitan erat dengan nasionalisme sebagai wujud manifestasi kecintaan, kesetiaan kepada bangsa dan negara. Selain itu, nasionalisme merupakan pembentukan karakter bangsa dengan menghargai pluralisme, humanisme, dan menjunjung hak-hak asasi manusia (Abdul, 2011). Bahkan Husein Jafar berkelakar bahwa orang-orang bermasalah ini sebagai pemuda tersesat. Di sisi lain, audiens pun kerap membanggakan diri menyebut dirinya sebagai pemuda tersesat.

Di ‘Jeda Nulis’ terdapat segmen “Kultum Pemuda Tersesat” di mana Husein Jafar bersama rekannya Tretan Muslim menjawab pertanyaan audiens terkait Islam yang tabu tapi nyata di kalangan milenial. Di situ Tretan Muslim menjulukinya “The Protector” karena ingin melindungi para pemuda tersesat dari kebingungan-kebingungan tentang keislaman, seperti “Ada bir yang halal nggak, Bib?”. Jawaban yang dikemukakan Husein Jafar pun menarik karena ia menjawab, “Ada! Birr dalam Al Qur’an artinya kebaikan,” ujarnya (Husein, 2020).

Sejak kolaborasinya dengan para selebriti, videonya sudah mendapatkan *feedback* yang baik dengan meningkatnya jumlah *viewers*. Mereka menilai Habib Husein menginspirasi bagi kaum muda, terlebih dengan pemikirannya yang sangat *open-minded*, sikap toleransi yang begitu

besar, berlatar belakang Habib tapi memiliki karakteristik tersendiri untuk melakukan pendekatan kepada anak-anak muda. Bahasa yang digunakan Habib cenderung populer, terkadang juga penuh canda.

Sebelum terjun di YouTube, Husein Jafar telah menjadi penulis dengan tema keislaman sejak sepuluh tahun yang lalu. Salah satu bukunya berjudul “Tuhan Ada di Hatimu” menceritakan tentang kehidupan Nabi Muhammad SAW, dipenuhi dengan menebar kebaikan dan 1% nya adalah berperang. Saat berperang pun umat Islam dilarang menginjak rumput. Inilah Islam yang sesungguhnya, tidak menonjolkan kekerasan namun menonjolkan kelembutan dan kebaikan (Husein, 2020). Sehingga membuat personal branding Habib Husein Jafar kerap dipertanyakan audiens yang dilatarbelakangi karena gaya berpakaian Habib yang menggunakan hoodie, kaos, celana dan sepatu sneakers. Tidak seperti Habib pada umumnya yang memakai jubah dan sorban. Terlebih juga dirinya seorang Habib yang memiliki strategi berbeda dalam dakwahnya kepada masyarakat dengan menggunakan media massa agar mudah diterima khususnya pada kaum milenial.

Hal ini menandakan bahwa *personal branding* yang dibangun adalah buah perjalanan panjang dari kehidupan seseorang. Husein Jafar sebagai seorang dai memiliki karakter dakwahnya, namun di sisi lain ia juga tampil apa adanya sebagaimana pemuda yang menjadi sasaran dakwahnya. Cara ini terbilang sangat efektif, terutama jika melihat Husein Jafar kini mulai banyak tampil di media arus utama, selain tetap mengelola ‘Jeda Nulis’ yang menjadi platform dakwahnya sejak lama. Karenanya, temuan riset ini di mana personal branding Husein Jafar didominasi oleh *hegemonic dominant* memiliki alasan yang sangat kuat.

Penutup

Dari tahap spesialisasi, keempat informan dapat ditarik kesimpulan bahwa Husein Jafar pandai merangkul semua kalangan, memiliki daya tarik dalam berpakaian, dan humoris. *Kedua*, dalam hal kepemimpinan, dari hasil pemaknaan para informan bahwa Husein Jafar pantas dijadikan sebagai patokan atau guru terlebih dengan konten-konten YouTube-nya yang memberi pengaruh positif. *Ketiga*, Husein Jafar dianggap memiliki kepribadian yang bagus seperti memiliki sikap toleransi, rendah hati, santun, ber-*attitude*, dan asik. *Keempat*, dari hasil pemaknaan informan, Habib Husein dakwahnya lebih mudah dipahami, bahasanya tidak terlalu tinggi, tidak membedakan antar suku, ras, agama, lebih paham sejarah dan filsafat namun belum bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan dari non-Islam hanya menjawab dari pandangan Islam saja.

Kelima, yaitu kenampakan, berdasarkan resepsi keempat informan yang sering terlihat pada diri Husein Jafar ialah kemilenialannya, humoris, mudah bergaul, dan bahasanya mudah dipahami. *Keenam*, yaitu kesatuan, pemaknaan keempat informan terkait kesesuaian realita hidup Husein dengan yang dibangun melalui youtube sudah sesuai dengan kehidupan aslinya. Maksudnya, Husein dianggap menjalankan apa yang sudah disampaikan. *Ketujuh*, yaitu keteguhan, dari hasil pemaknaan keempat informan bahwa Husein mengikuti perkembangan zaman terutama dalam hal berdakwah melalui platform YouTube dengan disisipi komedi dan cara bicaranya yang menarik. *Kedelapan*, yaitu nama baik, pemaknaan keempat informan bahwa nama baik Habib Husein sudah terbentuk melalui konten-kontennya di Youtube-nya. semua informan

memiliki pemikiran yang sama terhadap seluruh konsep *personal branding* Habib Husein Jafar Secara keseluruhan informan menempati posisi hegemoni dominan dan negosiasi. Karena tidak ada satupun informan yang menolak sepenuhnya *personal branding* Habib Husein Jafar yang menempati posisi oposisi.

Perbedaan kondisi sosial, latar belakang keluarga, budaya dan pengalaman hidup mempengaruhi informan dalam memaknai *personal branding*. Dari keempat informan terdapat tiga informan yang konsisten menempati posisi hegemoni dominan yaitu Azizah, Fahmi, dan Ikhtiar. Sedangkan satu informan yaitu Wanti masuk dalam posisi negosiasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa semua informan menempati posisi hegemoni dominan dan negosiasi. Tidak ada satu pun informan yang menempatkan diri sebagai oposisi dalam melihat *personal branding* Husein Jafar Hadar dalam konten 'Jeda Nulis'.

Daftar Pustaka

- Al-Hadar, Husein Jafar. (2020). *Tuhan Ada di Hatimu*. Jakarta: Noura Book.
- Ariyana, Rena Yanwastika., P Haryani., E Fatkhiyah (2021). Pemanfaatan Marketplace Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM Pada Kelompok Informasi Masyarakat Kabupaten Bantul. *Jurnal Dharma Bakti*, 4(1).
- Chandra, Edy. (2017). Youtube. Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi, *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*. 1(2), 406-417J.
- David, Erika Ruthellia, Mariam Sondakh, Stefi Harilama. (2017). Pengaruh

- Vlog dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *e-journal “Acta Diurna”*, 6 (1), 1-17 Sulawesi Utara: Universitas Sam Ratulangi.
- Hadi, Ido Prijana. (2009). Penelitian Khayal Dalam Perspektif Reception Analysis, *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, 3(1).
- Hall, Stuart. (1980). *Encoding/Decoding, Culture, Media, Language*. London: Hutchhinson.
- Inayah, Risa Nur (2020). Analisis Resepsi Kecantikan dalam Video YouTube Abel Cantika “Wardah One Brand Make Up Tutorial. *JOM FISIP* Vol.7
- Masfufah, A’yun. (2019). Dakwah Digital Habib Husei Jafar Al-Hadar. *Jurnal Dakwah*, 20(2), 252-260.
- Montoya, Peter. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. America: United States.
- Murod, Abdul Choliq. (2011). Nasionalisme “Dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Sejarah CITRA LEKHA*, 15 (2), 45-58
- Prihandini, Miranda Ainin. (2021). Resepsi Audiens Atas Kekerasan Seksual Terhadap Pemberitaan Korban Pelecehan Seksual Baiq Nuril. *Jurnal Audiens*, 2(1).
- Rofi, Setyo Eka, Rakhmad, Wiwid Noor (2020). Analisis Resepsi pada Channel YouTube Gaming “Kimi Hime”. *Interaksi Online*, vol. 8, no. 4, pp. 75-82.
- Stokes, Jane. (2006). *How To Do Media and Cultural Studies: Panduan untuk melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Supriyatman, Adia Titania, Nugroho, Catur (2019). Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang dalam Kanal YouTube “Yuka Kinoshita”. *E-Proceeding of Management: Vol.6, No.1*
- Suryani, Any (2013). Analisis Resepsi Penonton atas Popularitas Instan Video YouTube Keong Racun Sinta dan Jojo. *Jurnal The Messenger* Volume V, Nomor 1, Edisi Januari 2013 39 – 45.
- Verdiana, Donna Miranti (2021). Analisis Resepsi Terhadap Kreativitas Kekeyi Putri Cantika di YouTube. *LAKON: Jurnal Kajian Sastra dan Budaya* Vol. 10 (1), 11 – 19.

Efektivitas Komunikasi dalam Kebijakan Perkuliahan Jarak Jauh: Analisis isi Kualitatif Perkuliahan Daring di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga

Ihya' Ulumuddin^{(a)(*)}

^(a) UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta

*Korespondensi Penulis, Email: ihya.ulumuddin@uin-suka.ac.id

A B S T R A C T

Keywords:
Communication
Effectiveness; Policy;
Distance Learning

The increasing number of Covid-19 problems has caused the State Islamic University of Sunan Kalijaga Yogyakarta to implement virtual distance lectures, commonly known as lectures. In the problematic, this study aims to find and understand the level of communication effectiveness of students of the Faculty of Sharia and Law in online courses. The method applied in data collection is a questionnaire that has been made through a google form using the purposive sampling method. The Assumptions from the sampling that have been obtained include 44.9% of respondents do not know and only follow lecture policies on campus. As many as 92.2% of respondents often use online classes provided by lecturers for bold learning. The 47.2% found it difficult to understand the lessons during lectures.

A B S T R A K

Kata Kunci:
Efektivitas Komunikasi;
Kebijakan; Perkuliahan
Jarak Jauh

Di tengah maraknya permasalahan Covid-19 yang terus melonjak, menyebabkan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta menerapkan kebijakan perkuliahan jarak jauh secara virtual yang biasa disebut perkuliahan daring. Mengacu pada permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mencari dan memahami tingkat efektivitas komunikasi mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum dalam perkuliahan daring. Metode yang diterapkan dalam pengambilan data adalah angket yang telah dibuat melalui google form dengan menggunakan metode purposive sampling. Asumsi dari sampling yang telah didapatkan meliputi 44,9% responden kurang tahu dan hanya mengikuti kebijakan perkuliahan daring dari kampus. Sebanyak 92,2% responden sering menggunakan kelas online yang disediakan dosen untuk pembelajaran daring, dan Sebanyak 47,2% merasa kesulitan memahami pelajaran selama perkuliahan daring.

Pendahuluan

Munculnya virus Corona (Covid-19) di Indonesia membuat dampak besar di segala aspek hingga berbagai kebijakan harus diberlakukan oleh pemerintah Indonesia. Keputusan untuk melaksanakan Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) sampai Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) merupakan keputusan dari pemerintah untuk menekan perluasan sebaran virus Corona. Berawal dari PSBB, merupakan istilah pertama yang diterapkan pemerintah guna mengatasi wabah corona di Indonesia pada bulan April 2020. Keputusan ini dirancang melalui Permenkes nomor 9 tahun 2020 tentang Pedoman PSBB dalam rangka Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019. Setelah istilah pertama tadinya, kemudian muncullah istilah PPKM di mana keputusan ini pertama kali diterapkan hanya di wilayah Jawa sampai Bali pada Januari 2021. Hingga sekarang PPKM telah berubah menjadi PPKM Mikro, PPKM Darurat hingga istilah PPKM Level 3 sampai Level 4 merupakan transformasi istilah yang kelima sepanjang pandemi Corona. Meski mengalami peralihan nama, kebijakan ini merupakan sistem yang mempunyai tujuan untuk menekan penyebaran kasus Covid-19 dengan membatasi kegiatan masyarakat.

Beragam keputusan kebijakan yang ada mengarah pada pemberlakuan berbagai kegiatan di dalam rumah hingga penyebaran Covid-19 menurun. Tentunya sektor pendidikan tidak terlepas dari kebijakan ini, di saat pendidikan harus dilakukan dengan tatap muka akhirnya menjadi pembelajaran secara virtual (daring). Hal itu tertuang dalam Surat Edaran (SE) Nomor 4 tahun 2020 oleh Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia tentang Pedoman Pelaksanaan

Keputusan Pendidikan dalam Masa Darurat Penyebaran Virus Corona.

Dewasa ini, pola perkuliahan secara virtual adalah paradigma pembelajaran yang diterapkan pada sektor pendidikan. Model pembelajaran ini menerapkan teknologi informasi sebagai alat untuk memfasilitasi dosen agar meniru model baru dalam pembelajaran serta media komunikasi dosen dengan mahasiswa. Pada pola Perkuliahan Jarak Jauh (PJJ), ada kesenjangan yang membatasi dosen dengan mahasiswa, seperti minimnya interaksi secara langsung yang sekedar melalui sarana digital. Ketika memakai perspektif komunikasi, Computer Mediated Communication (CMC) menyabotase interaksi komunikasi antar manusia menggunakan sarana digitalisasi media. Metode ini merubah cara berinteraksi jarak jauh menjadi lebih efisien melalui teks, *voice recorder* maupun visual. Konsep baru yang dieksplorasi dengan mempertahankan kualitas pembelajaran online adalah sejauh mana seseorang dianggap “nyata” meski sekedar sarana mediasi komunikasi (Anderson, 2002).

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nadiem Makarim menegaskan bahwasannya Indonesia masih dalam masa transisi menggunakan metode pembelajaran secara virtual selama masa pandemi Covid-19. Alasannya, dikarenakan masih banyak ditemui hambatan pada proses pembelajarannya, misalnya minimnya akses jaringan internet dan minimnya pemerataan kesediaan jaringan listrik pada wilayah-wilayah tertentu di seluruh Nusantara.

Sistem pembelajaran terbaru ini melahirkan banyak problematika hingga prespektif baru bagi khalayak khususnya bagi mahasiswa yang berada dipelosok

desa. Seakan mereka belum bisa lepas dari sosok “pengajar” yang berada di dalam kelas. Dosen maupun guru merupakan sosok sempurna bagi mereka yang menanti penampilan mengajar di dalam kelas. Menggunakan seragam formil, celana kain yang rapi, bertemu tatap muka hingga menjelaskan secara rinci terkait fasilitas yang mendukung efektivitas komunikasi dalam pembelajaran.

Munculnya konsep pembelajaran terbaru di nusantara yang dipengaruhi oleh pola *Computer Mediated Communication* (CMC) dengan menerapkan pembelajaran online yang mewujudkan proses komunikasi melalui komputer hingga mengajak individu ke dalam kondisi tertentu serta melibatkan media sebagai sarana melakukan berbagai keperluannya (Astuti, 2011). Hal ini juga selaras oleh pernyataan Mizron, Juliana, Deriwanto dan Ahmad dalam jurnalnya yang menyebutkan bahwa teknologi baiknya dioptimalkan sebijak mungkin agar sistem pembelajaran dapat dilaksanakan secara efektif di masa pandemi ini. Disana telah tersedia beraneka ragam media yang bisa dioptimalkan sebagai tempat untuk aktivitas pembelajaran secara online atau biasanya disebut dengan *platform microblogging* seperti Zoom Meeting, Google Clasroom, Google Suite for Education, Microsoft Office 365 for Education, Ruang Guru, Rumah Belajar, Kelas Pintar, Sekolahmu, Zenius, Edmodo dan *platform* lainnya (Daheri et al., 2020).

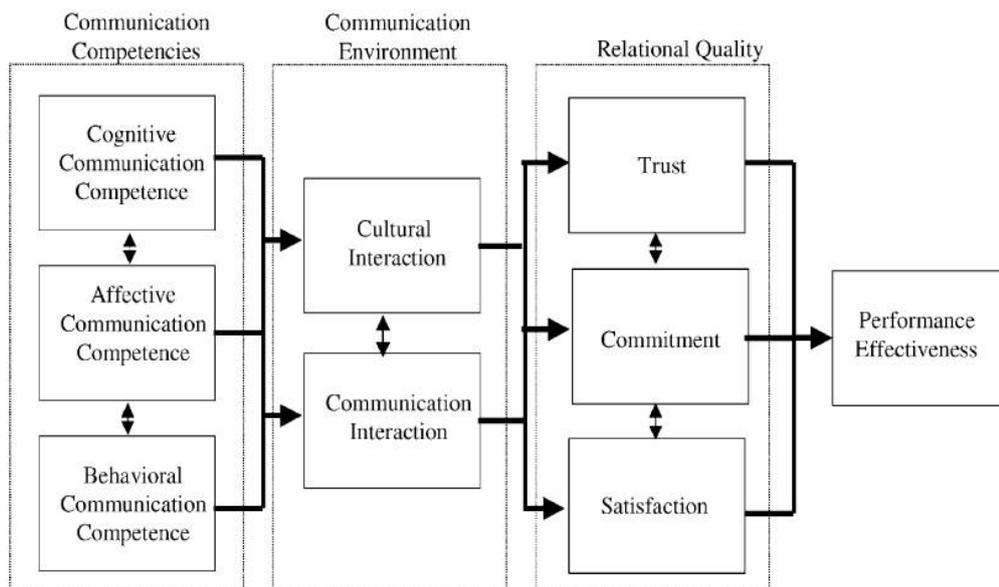
Pada tahun lalu, UIN Sunan Kalijaga menerapkan kebijakan perkuliahan daring secara bertahap setiap bulannya. Hingga muncul Surat Edaran Nomor 173 tahun 2021 tentang Panduan Pelaksanaan Perkuliahan Tatap Muka (PTM) dan Perkuliahan Jarak Jauh (PJJ) untuk Dosen, Tendik dan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada semester

gasal 2021/2022. Sebelumnya memang UIN Sunan Kalijaga menerap sistem PJJ sepenuhnya dikarenakan kasus Covid-19 yang semakin melonjak tiap harinya dengan melihat berbagai kebijakan yang diterapkan khususnya di wilayah D.I. Yogyakarta. Keputusan PTM dan PJJ yang keluar pada 15 September 2021 di dasari oleh pertimbangan yang dikeluarkan oleh; [1] Instruksi Menteri Dalam Negeri No. 39 tahun 2021 tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4, Level 3 dan Level 2 Corona Virus Disease 2019 di Wilayah Jawa dan Bali; [2] Keputusan Bersama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Menteri Agama, Menteri Kesehatan dan Menteri Dalam Negeri No. 03/KB/2021, No. 384 Tahun 2021, No. HK.01.08/MENKES/4242/2021, No. 440-717 Tahun 2021 tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran di Masa Pandemi Coronavirus Disease 2019 (Covid-19); [3] Surat Edaran Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama No. B-2721.1/DJ.I/PP.00.9/08/2021 tentang Penyelenggaraan Perkuliahan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Tahun Akademik 2021/2022 Selama Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada Masa Pandemi Coronavirus Disease 2019; [4] Surat Edaran Rektor No. 1669/Un.02/PP/06/2020 tanggal 11 Juni 2020 tentang Pedoman Pelaksanaan Kegiatan Akademik dan Non Akademik dalam Masa Pandemi Covid-19 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta; [5] Surat Rektor No. B-1358/UN.02/PP.00.9/3/2020 tanggal 30 Maret 2020 tentang Mekanisme Pelaksanaan Kegiatan Akademik dalam Masa Tanggap Darurat COVID-19 pada Semester Genap T.A. 2019/2020; [6] Surat Edaran Rektor No. 21.7 tahun 2021 tentang Pelaksanaan Perkuliahan Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021 untuk Pimpinan Fakultas, Dosen, dan Tenaga Kependidikan

UIN Sunan Kalijaga; [7] Penyebaran dan penularan wabah Covid-19 baik secara nasional maupun di Daerah Istimewa Yogyakarta; [8] Prioritas kesehatan dan keselamatan bagi seluruh warga kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (Dosen, Tenaga Pendidik, Mahasiswa dan Tamu/Pengunjung) di lingkungan kampus UIN Sunan Kalijaga. Dari berbagai kebijakan yang diterapkan di UIN Sunan Kalijaga tadinya, maka penulis berharap bisa mengidentifikasi dan menjadi bahan dasar untuk mencari refensi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Penulisan artikel ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan bentuk penelitian survei. Cara pengumpulan data memanfaatkan angket yang telah dibuat melalui *Google Form* dan disebarakan melalui media *Whatsapp*. Kuesioner memuat persoalan terkait kebijakan perkuliahan daring mupun luring yang diterapkan di UIN Sunan Kalijaga terhadap efektivitas komunikasi yang terjadi antara dosen dan mahasiswa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif

kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan responden dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini dilakukan dengan menentukan sampel yang dipilih dari kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2009). Pada penelitian ini menggunakan beberapa tahap, yakni tahap studi pendahuluan dengan mencari penggunaan aplikasi yang digunakan selama perkuliahan daring. Tahap penelitian ini melibatkan sekitar 371 orang. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode Chi Square dengan pengolahan data yang dilakukan menggunakan Microsoft Excel (Spreadsheet). Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang mengikuti konsep Miles dan Huberman. Data yang diperoleh membantu para peneliti untuk melangkah lebih maju dari praduga dan kerangka kerja awal (Silalahi, 2012). Hingga akhirnya mendapatkan hasil dari responden yang berasal dari *Google Form* berupa data persentase yang kemudian dianalisis untuk mendapatkan hasil kesimpulan.



Gambar 1. Model Efektivitas Komunikasi

Kajian Pustaka dan Penelitian Terdahulu

1. Efektivitas Komunikasi

Dewasa ini, komunikasi merupakan kiat-kiat bagi setiap orang maupun kelompok dalam era yang semakin bersaing. Hampir mayoritas disiplin ilmu akan memerlukan komunikasi, maka kita sebagai pembawa maupun penyebar pesan harus memastikan kualitas dari seseorang atau kelompok tersebut baik dalam kurun waktu singkat maupun panjang (Griffith, 2002).

Dari gambar tersebut yang tertuang dalam artikel Griffith, bisa kita amati proses komunikasi dimulai dari Kompetensi Komunikasi seseorang terdapat 3 aspek yakni; aspek kognitif, afektif dan perilaku. Ketika ketiganya tadi saling berjalan maka terjadi penyesuaian terhadap Lingkungan Komunikasi. Disana terdapat kultur dan interaksi yang berjalan dalam suatu lingkungan komunikasi hingga muncullah kualitas relasi. Kualitas relasi tadi merupakan tujuan penting agar komunikasi dapat berjalan efektif. Selanjutnya, kualitas relasi merangsang pendengar yang lebih kuat dan lebih intim, membangun kepercayaan, komitmen, dan kepuasan yang meningkatkan efektivitas komunikasi, sehingga membedakannya dari interaksi yang tidak terkoordinasi secara baik (Griffith, 2002).

2. Pembelajaran Online

Pembelajaran Online dilakukan UIN Sunan Kalijaga dengan memanfaatkan sistem e-learning dan didukung oleh beberapa platform digital yang digunakan masing-masing dosen. Berlimpahnya media yang bisa dipakai dosen guna melaksanakan PJJ. Sebut saja, Google Classroom dan Zoom Meeting. kedua platform ini bisa digunakan dosen untuk menjalankan pembelajaran secara virtual. Akan tetapi,

membutuhkan tenggat waktu guna meninjau skema pembelajaran menggunakan media digital tersebut. Dosen juga tidak dijamin menguasai penggunaan media-media ini. Apalagi dilatarbelakangi oleh faktor umur.

Disinilah problematiknya, ketika kita semua berjalan seiring waktu sembari untuk mempelajarinya. Pandemi datang tiba-tiba dan memaksa semua melakukan aktifitas di dalam rumah. Hasrat ke depan, sebagai dosen tidak akan mempersulit mahasiswa untuk menggunakan berbagai platform yang akan digunakan. Skema pembelajaran terbaru harus dijalankan. Dan menarik sekali melihat dampak komunikasi dan hambatan yang akan dialami dosen dan mahasiswa ketika menggunakan platform tersebut sebagai media pembelajaran.

3. Konsep CMC

Computer Mediated Communication (CMC) adalah bentuk komunikasi yang berlangsung kepada seseorang dengan menggunakan media komputer. Crispin Thurlow dalam bukunya menerangkan bahwa CMC adalah skema komunikasi antar individu melalui komputer yang saling menyatukan (Crispin Thurlow, Laura Lengel, 2004) Teknisnya, CMC telah lahir sejak pertama kalinya komputer ditemukan. CMC terbagi menjadi beberapa bagian konsep inti, yakni:

- Communication
 - a. Watak dinamis komunikasi. Poin yang perlu di garis bawahi dalam berkomunikasi adalah gagasan tentang komunikator, komunikan dan *feedback* dari *message* itu sendiri. Pada persepsi ini, komunikasi bisa dipahami sebagai prosedur yang dinamis karena pesan yang diterima bukan sekedar kata, tapi lebih kompleks kepada konteks dan peralihan dari masa ke masa.

- b. Komunikasi terus beradaptasi seiring antar individu terus memahami dan tergoyahkan oleh apa yang diterima dari individu lainnya.
 - c. Komunikasi bersifat multiguna ketika tunduk pada kegunaan yang berbeda-beda. Fungsi komunikasi sebagai sarana informasi, memotivasi, mendistribusi dan menangkap pesan informan, meninjau dan semacamnya.
 - d. Komunikasi bersifat *multiple-mode* dalam prosedur penafsiran. Misalnya saat teman kalian melakukan sebuah kebohongan. Kalian bisa saja mengemati indra penglihatannya dan berbicara lepaslah hingga ia belum sempat akan melakukan kebohongannya. Nada yang jelas dan terang itulah yang mempunyai makna kekecewaan / penghambat.
- Mediated
Kognitif, Sosial dan Kultural.
 - Computer

Praktisnya, berbagai aktivitas seseorang sekarang lebih-lebih pada proses komunikasi telah menyertakan komputer menjadi medianya. Misalnya ketika melakukan rapat melalui Zoom Meeting, Google Meet dan lain sebagainya. Hal ini mempertontonkan transformasi penggunaan teknologi yang semakin meluas pada aktivitas orang banyak dan menjadikan jarak yang membentang menjadi semakin dekat.

Riset Terdahulu

Penelitian yang kami lakukan berpangkal pada beberapa referensi jurnal nasional hingga internasional yang menelaah aspek efektivitas komunikasi dalam kebijakan perkuliahan jarak jauh. Berikut perbandingan riset terdahulu;

Penelitian Pertama ditulis oleh Sigit Priatmoko dan rekan dalam Jurnal Proceedings of the International Conference on Engineering, Technology and Social Science (ICONETOS, 2020) dengan Judul Distance Learning for New Students in the Era of Pandemic Coronavirus Disease (Covid-19): Implementation and Barriers menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada enam masalah yang sering dikeluhkan, yakni; kualitas koneksi internet yang rendah, penambahan pengeluaran untuk membeli data internet, kelelahan karena terlalu lama menatap layar perangkat, sulitnya mengakses referensi, komunikasi yang buruk, dan kurangnya pemahaman materi yang dijelaskan oleh dosen. Namun keenam kendala tersebut tidak sepenuhnya mempengaruhi motivasi belajar responden. Akibatnya, perbaikan kualitas infrastruktur dan layanan harus dilakukan untuk memaksimalkan kualitas pembelajaran jarak jauh (Priatmoko et al., 2021).

Penelitian kedua ditulis oleh Ananta Pratama dan rekan dalam Jurnal Indonesia Sosial Teknologi dengan Judul Pengaruh Perkuliahan Daring Terhadap Efektivitas Pembelajaran Mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Di Era Pandemi Covid 19 menggunakan metode Kualitatif Deskriptif. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa siap menghadapi aturan baru *the new normal live* apabila dilaksanakan perkuliahan secara daring. Sedangkan sistem perkuliahan yang efektif selama pandemi adalah dengan menggunakan daring dan luring secara bergantian (Pratama et al., 2021).

Penelitian ketiga ditulis oleh Ayu Nenden Assyfa Putri dan Irwansyah dalam Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis dengan Judul Efektivitas Komunikasi

dalam Pembelajaran Online menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Temuan penelitian ini menghadirkan faktor pendukung dan penghambat pada pelaksanaan pembelajaran online dengan menggunakan konsep CMC di Indonesia (Assyfa Putri & Irwansyah, 2021).

Penelitian keempat ditulis oleh Abdul Malik pada jurnal Ilmu Komunikasi dengan Judul Hambatan Komunikasi dalam Perkuliahan Daring pada Masa Pandemi Covid-19 juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ada 3 hambatan komunikasi yang terjadi selama perkuliahan daring, yakni; hambatan teknologi, hambatan lingkungan dan hambatan psikologi (Malik, 2021).

Penelitian kelima ditulis oleh Hikma Rasyida pada Jurnal Edukasi dengan Judul Efektivitas Kuliah Daring Di Tengah Pandemi dimana penulis menggunakan metode kajian literatur. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa setuju dengan perkuliahan daring. Ditemukan aspek-aspek yang menjadi masalah utama seperti penguasaan teknologi, jaringan yang kurang stabil, pengeluaran biaya tambahan dan timbulnya masalah psikologis seperti stres (Rasyida, 2020).

Penelitian keenam ditulis oleh Turahmat dengan judul Implementation of Islamic Character Values in Online Learning of literature menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini memfokuskan pada implementasi nilai-nilai kepribadian islami dari seorang dosen yang tidak bisa didapatkan ketika pembelajaran hanya dilakukan secara online. Penulis akhirnya menemukan bagaimana cara merencanakan dan mengelola pola interaksi tersebut hingga mengintegrasikan nilai-nilai islami tersebut pada materi perkuliahan (Turahmat, 2020).

Hasil Penelitian dan Temuan

Penggunaan CMC dalam Perkuliahan

Penggunaan teknologi CMC yang diterapkan dalam perkuliahan jarak jauh merupakan alternatif meski masih sedikit digunakan di Indonesia. Bisa jadi perubahan sistem perkuliahan secara virtual akan dapat dilakukan di luar kampus, mahasiswa dapat beranjak merdeka belajar dan merupakan suatu inovasi kegiatan belajar bagi dosen di masa sebelumnya.

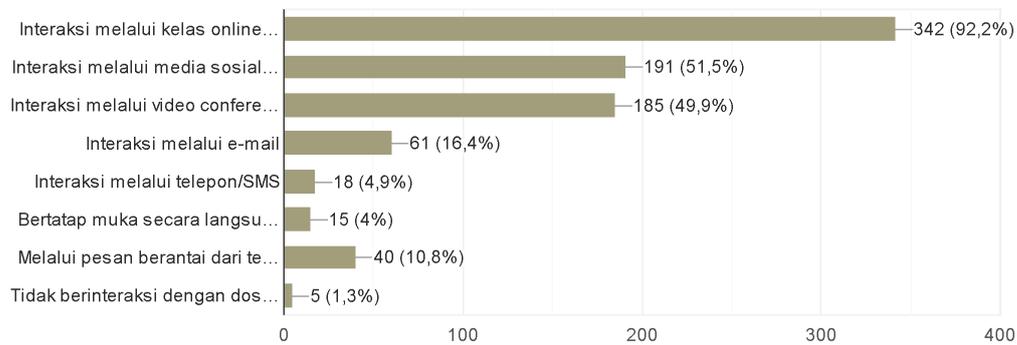
Dalam jurnal yang ditulis oleh Mirzon, disana media Whatsapp menjadi solusi ketika jaringan internet dirasa belum menyebar, harga pembelian paket internet yang relatif tinggi hingga ada beberapa yang belum memiliki akses internet sama sekali. Namun, dari survey yang dilakukan, platform Whatsapp menjadi media komunikasi daring bagi anak-anak yang diragukan dan tidak efektif (Daheri et al., 2020). Ini menjadi catatan bahwa seorang pengajar harus mempunyai ide kreatif untuk menarik minat para peserta didik.

Pada penelitian lain disebutkan bahwa menggunakan jaringan wifi menjadi faktor pendukung dibanding dengan menggunakan paket internet pada smartphone karena membutuhkan ongkos tambahan. Disebutkan disana, 53,5% Mahasiswa berharap bahwa kegiatan perkuliahan bisa dilaksanakan secara daring dan luring (Pratama et al., 2021). Hal yang sama dilakukan pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum, dimana survey yang dilakukan menunjukkan bahwa 92,2 % mahasiswa melakukan interaksi dengan dosen secara virtual.

Penggunaan media digital ini tentunya menjadi perkembangan yang pesat ketika perkuliahan juga di dukung sarana

7. Bagaimana anda berinteraksi dengan dosen dalam pembelajaran selama belajar dari rumah?

371 jawaban



Gambar 2. Hasil Survey Penggunaan Media Perkuliahan Jarak Jauh

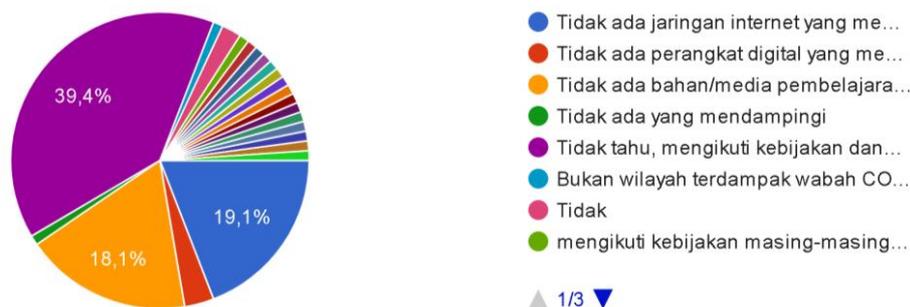
dan prasana teknologi yang memadai. Melalui kelas online baik melalui berbagai platform yang di sediakan oleh dosen maupun kampus menjadi terobosan terbaru ketika perkuliahan harus dilaksanakan secara online. Penggunaan teknologi ini harusnya juga diimbangi pengetahuan baik dosen maupun mahasiswa yang hendak menggunakan platform tersebut. Tentunya ini membutuhkan dukungan dari berbagai pihak, namun baik dosen dan mahasiswa akhirnya harus menanggapi secara cepat dan lebih kreatif.

Perubahan Pola Komunikasi

Dari gambar hasil survey penggunaan media perkuliahan jarak jauh, mahasiswa lebih sering menggunakan kelas online yang disediakan oleh masing-masing dosen, baik menggunakan sistem e-learning yang dimiliki UIN Sunan Kalijaga, Google Meet, Zoom Meeting dan lain sebagainya. Beberapa mahasiswa juga menggunakan media sosialnya untuk mengenal sosok dosen / pengajar mereka dan sebagian dari mereka memanfaatkan pesan berantai yang dibagikan para mahasiswa sebagai sarana komunikasi yang unik. Seperti penelitian Turahmat tadinya, ia mengungkapkkan



Gambar 3. Hasil Survey Tingkat Pemilihan Jenis Perkuliahan Mahasiswa



Gambar 4. Hasil Survey Alasan Mahasiswa Memilih Perkuliahan sebagian di Kampus

bahwa ada kemungkinan hilangnya nilai-nilai kepribadian islami dari seorang dosen ketika menggunakan kelas secara online (Turahmat, 2020)

Dari survey yang dilakukan tadinya, penulis menemukan perubahan pola komunikasi yang terjadi. Dulunya, mahasiswa melakukan interaksi secara langsung dengan dosen di dalam kelas meski pada praktiknya masih tetap sama. Mahasiswa secara umumnya masih melakukan kegiatan presentasi dan diskusi dengan dosen meski sekarang dilakukan secara virtual.

Perubahan pola komunikasi ini juga di dukung perkembangan teknologi, dimana sebagian besar mahasiswa memilih perkuliahan jarak jauh. Hasil angket menyebutkan bahwa 87,1% mahasiswa memilih sepenuhnya perkuliahan dilaksanakan dirumah masing-masing. Sisanya ada beberapa mahasiswa yang masih ingin menemui dosennya di dalam kampus. Bahkan mahasiswa ke kampus hanya sekedar untuk menumpang fasilitas wifi dari kampus. Hal ini tentu menjadi catatan penting untuk merubah perkembangan pola komunikasi perkuliahan seiring dengan perkembangan teknologi informasi.

Terdapat perbedaan antara Perkuliahan Tatap Muka (PTM) dan Perkuliahan

Jarak Jauh (PJJ). Desain PTM bisa disebut sistem konvensional yang menggunakan proses pembelajaran menggunakan satu atau beberapa metode pembelajaran sehingga dosen mampu memegang peran penting ketika menjelaskan di dalam kelas dan memberikan penugasan hingga sesi pertanyaan, kritik dan saran. Disisi lain, PJJ merupakan pembelajaran berbasis e-learning dimana dosen bisa melakukan kegiatan perkuliahan melalui kelas virtual dengan menggunakan berbagai platform yang tersedia hingga tugas belajar, materi hingga sesi tanya-jawab bisa dilakukan secara virtual kepada mahasiswa tak terbatas jarak dan waktu.

Dapat kita cermati disana bahwa 39,4% mahasiswa merasa tidak tahu dan hanya mengikuti kebijakan yang diterapkan oleh kampus. Disini, mahasiswa merasa cemas, gelisah dan bingung ketika menyikapi kebijakan yang mereka pun tidak mengetahuinya. Beberapa mereka juga hanya mengikuti info dari teman-teman mereka. Sehingga, terkadang mereka masih menyambangi kampus meski hanya sekedar menumpang mencari wifi untuk pelaksanaan perkuliahan secara daring. Lain halnya, 19,1% mahasiswa mengalami kendala jaringan internet yang menyebabkan kurang efektifnya kegiatan perkuliahan.

Internet merupakan permasalahan umum bagi mahasiswa akhir-akhir ini. Selain itu 18,1% mahasiswa mereka kesulitan dalam mencari bahan pembelajaran seperti buku dan referensi video pembelajaran. Buku menjadi sumber referensi terpenting bagi mahasiswa. Ketika buku sebagai sumber belajar mereka yang tidak mereka dapatkan, maka kemungkinan tingkah jenuh mahasiswa akan naik. Seperti hasil survey yang telah disebutkan sebelumnya, mahasiswa mengalami tingkat kebosanan dan bingung untuk memahami materi yang di jelaskan dosen. Dengan susahny sumber referensi tersebut, ini menjadi catatan tersendiri bagi dosen maupun pihak kampus ke depan ketika mengambil kebijakan nantinya.

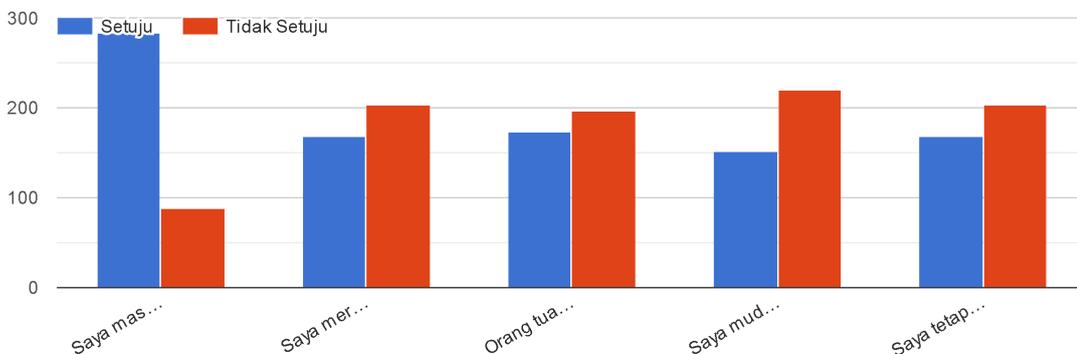
Ketika mereka ke kampus, mereka juga merasa menghemat kuota internet dengan memanfaatkan fasilitas wifi dari kampus. Selain itu, mereka juga merasa ketika sebagian mereka ke kampus, mereka merasa lebih mudah untuk melaksanakan bimbingan dengan dosen mereka. Dan sebagian mereka setuju ketika kuliah dilaksanakan secara offline atau tatap muka. Bagi mereka yang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta, mereka lebih ingin

ke kampus karena merasa lebih dekat. Selain itu, bagi mereka yang telah terlanjur datang ke Jogja juga menyempatkan untuk datang ke kampus karena mereka merasa agar tidak sia-sia ketika datang dan meninggalkan kampung halaman. Beberapa dari mereka juga melakukan musyawarah dengan teman dan dosennya masing-masing untuk menentukan apakah perkuliahan akan dilaksanakan secara offline atau online. Mereka juga merasa wilayahnya bukan terdampak wabah Covid-19 sehingga mereka menyempatkan untuk datang mengunjungi kampus. Yang lebih penting lagi, ternyata 3,2% dari mereka merasa tidak adanya perangkat digital yang memadai seperti smartphone yang masih susah untuk digunakan perkuliahan secara online maupun perangkat komputer/laptop yang masih ketinggalan zaman.

Kemudahan Komunikasi

Efektivitas Komunikasi dalam PJJ memberikan kemudahan namun PTM bersifat luring yang dianggap sebagian besar mahasiswa lebih efektif. dari hasil survey

10. Apakah anda setuju dengan pernyataan berikut ini?



Gambar 5. Hasil Survey Kesiediaan Perkuliahan Jarak Jauh

yang dilakukan terdapat 47,2% mahasiswa yang mengalami kesulitan dalam memahami pelajaran. Bahkan 60% mahasiswa menyatakan kurang konsentrasi ketika mengikuti PJJ. Dalam bukunya, Dedy Mulyana menyebutkan bahwa komunikasi bisa dikatakan efektif manakala orang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya, atau komunikasi dinyatakan efektif jika rangsangan yang disampaikan atau dimaksudkan oleh pengirim atau sumber berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima (Mulyana, 2019). Komunikasi yang efektif paling tidak akan menimbulkan 5 hal, yakni; pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang kian baik dan tindakan (Rahkmat, 2019).

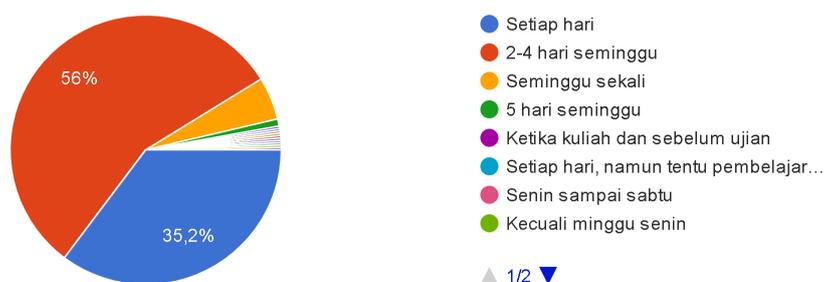
Dari gambar 5, sekitar 76% atau 283 mahasiswa masih bisa memahami materi pembelajaran selama proses belajar dari rumah sedangkan sisanya masih kesulitan. Dari sini bisa kita amati bersama bahwa, sebagian besar atau masih ada harapan keberhasilan komunikasi yang mempermudah mahasiswa untuk menerima materi yang diberikan dosen meskipun melalui kelas virtual. Namun, menjadi catatan penting bahwa dari 4 pernyataan lainnya, mahasiswa merasa tidak setuju ketika merasa

belajar dari rumah itu menyenangkan, kehadiran orang tua atau keluarga mampu membimbing mereka dengan baik selama belajar dari rumah, mereka mudah mendapatkan sumber belajar selama proses belajar dari rumah serta mereka tetap bisa konsentrasi saat belajar dari rumah. Dari keempat pernyataan tersebut, mahasiswa tidak sependapat.

Dapat kita cermati bersama, dengan kebijakan perkuliahan jarak jauh yang diterapkan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta khususnya bagi mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Hukum yang terdiri dari 5 Program Studi (Prodi) Sarjana, yakni; Prodi Ilmu Hukum, Prodi Hukum Tata Negara, Prodi Hukum Keluarga Islam, Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah dan Prodi Perbandingan Mazhab ini dirasa masih sulit untuk diterima mahasiswa. Karena pola adaptif yang baru dengan menggunakan perkembangan teknologi, beberapa mahasiswa belum siap menerima dan menggunakan perkembangan teknologi informasi. Disisi lain, kemudahan akses informasi ini seharusnya menjadi pendukung kemudahan berkomunikasi mahasiswa meski mereka berada di rumah masing-masing ataupun bagi mereka yang tinggal di daerah tertinggal dan terdalam di pelosok nusantara.

4. Seberapa sering anda melaksanakan kegiatan belajar dari rumah dalam satu minggu?

352 jawaban



Gambar 6. Hasil Survey Lama Waktu Mahasiswa Melaksanakan PJJ

Dari hasil survei yang bisa kita cermati bersama, 56% mahasiswa melaksanakan perkuliahan jarak jauh sekitar 2-4 hari dalam seminggu. Sedangkan, beberapa dari mereka mengaku bahwa 35,2% melaksanakan PJJ setiap hari. Ini menjadi poin penting juga bahwa ketika mahasiswa melaksanakan perkuliahan tidak setiap hari juga menjadi sarana yang mudah namun berdampak pada kurangnya nilai pemahaman dari mahasiswa ketika dosen menjelaskan materi secara online. Disisi lain, beberapa mahasiswa juga antusias untuk melaksanakan perkuliahan setiap hari namun tentunya perkuliahan dilaksanakan secara beragam. Mahasiswa bisa mengikuti seminar di hari libur ataupun kegiatan lainnya yang di adakan baik oleh Fakultas maupun masing-masing Prodi.

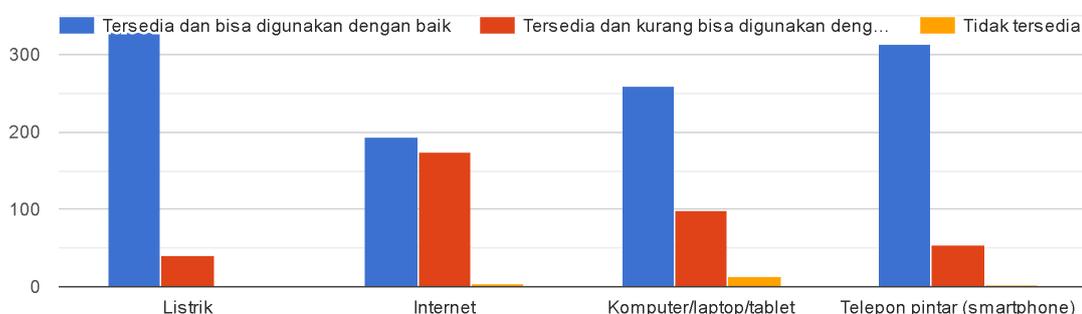
Mahasiswa bisa memanfaatkan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan secara akademis sebagai ajang untuk memperoleh pemahaman yang lebih dari sekedar melaksanakan perkuliahan secara daring. Selain itu, mereka juga akhirnya mempunyai teman baru ketika hendak mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan selain kegiatan perkuliahan yang diselenggarakan. Bahkan akhirnya mereka memiliki wawasan pengetahuan lebih dengan mengenal beberapa nara-

sumber yang hadir baik nasional maupun internasional. Dalam kondisi ini, tentunya kreatifitas dan kemauan mahasiswa sendiri yang menjadi pendorong serta motivasi untuk terus belajar meski mendapatkan ilmu dan pengalamannya di luar kegiatan perkuliahan bersama dosen mereka masing-masing.

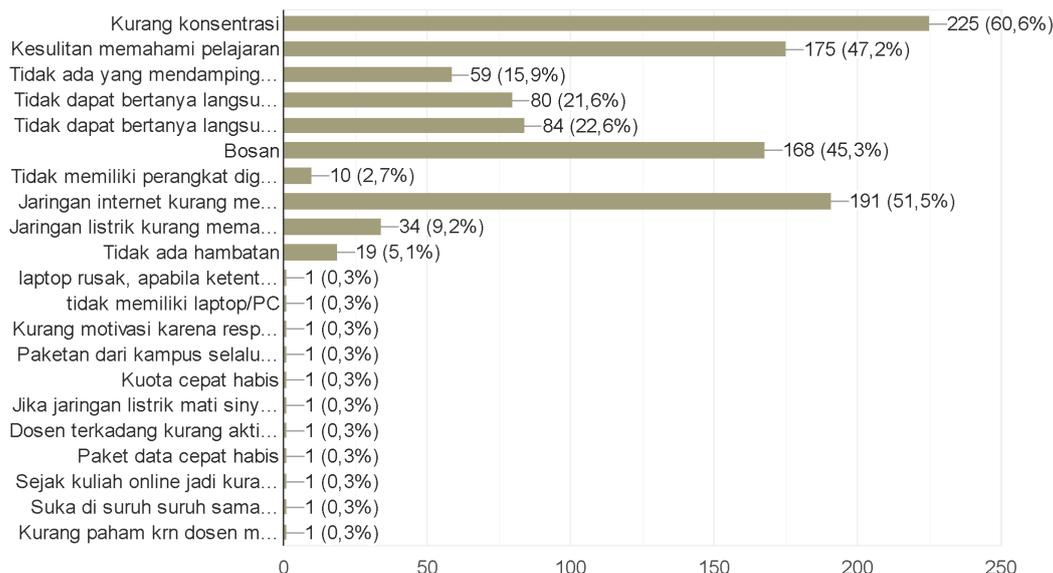
Adanya Kesenjangan Akses dan Teknologi

Dengan tersedianya berbagai platform yang mempermudah melaksanakan PJJ ditemukan masalah pada subyek atau orang yang memanfaatkan perkembangan teknologi yang sangat pesat ini. Masalah utama yang dialami mahasiswa adalah jaringan internet kurang memadai. Namun, UIN Sunan Kalijaga telah melakukan dukungan pemberian paket internet kepada mahasiswa meski sekarang mahasiswa juga merasa pemberian itu sudah tidak dilakukan kembali. Selain itu mahasiswa juga merasa ketika laptop rusak yang mengakibatkan kesulitan jika harus PJJ melalui smartphone, ketika listrik mati sinyal juga ikut menghilang serta tidak ada pendampingan belajar ketika PJJ.

Dukungan dari berbagai pihak pun tidak serta merta menyelesaikan model



Gambar 7. Hasil Survey Pernyataan Kesiadaan Fasilitas Mahasiswa



Gambar 8. Hasil Survey Hambatan Mahasiswa selama Perkuliahan Jarak Jauh

transformasi perkuliahan yang terbaru ini. Kesadaran dan pengetahuan penggunaan platform juga harus diimbangi baik dosen maupun mahasiswa. Tidak semua wilayah memiliki akses dan perkembangan teknologi informasi yang memadai. Bahkan, ketika jaringan listrik padam, beberapa wilayah akan mengalami dampak matinya sinyal operator ataupun fasilitas dari penyedia layanan internet.

Dari Gambar 7 tersebut, jaringan internet yang perlu penulis garis bawahi. Sekitar 193 mahasiswa menyatakan bahwa kondisi jaringan internet bisa digunakan secara baik. Sedangkan 174 mahasiswa kurang optimal dalam menggunakan internet dengan baik dan 4 mahasiswa menyatakan tidak tersedianya jaringan internet di lingkungan mereka. Selain itu, ada 14 orang mahasiswa yang tidak memiliki komputer/laptop/smartphone. Dari sana penulis menemukan beberapa hambatan komunikasi sehingga perkuliahan jarak jauh tidak bisa berlangsung secara optimal, dan itu mempengaruhi

mahasiswa dalam tingkat pemahaman mahasiswa terhadap materi dan diskusi yang disampaikan dosen.

Hambatan Komunikasi

Dari beberapa aspek yang telah tersaji tadinya, tersedia banyak solusi yang telah diberikan dosen ketika melaksanakan pembelajaran secara virtual seperti pemanfaatan berbagai platform yang ditawarkan juga mempermudah kegiatan pembelajaran. Namun, masalahnya pada subjek atau seseorang yang memanfaatkan perkembangan teknologi ini. Hambatan utama yang ditemukan pada kesenjangan akses dan teknologi, timbulnya masalah psikologis pada masing-masing subjek dan faktor lingkungan yang menyebabkan tidak adanya pendampingan mahasiswa terhadap proses pembelajaran secara virtual.

Hasil survei yang bisa dicermati, mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mengalami 3 hambatan yang paling ditemui, yakni;

60,6% mahasiswa mengalami kurang konsentrasi, 51,5% mahasiswa mengalami jaringan internet yang kurang memadai dan 47,2% mahasiswa kesulitan memahami pelajaran. Pada situasi kurang konsentrasi, mahasiswa yang melangsungkan kegiatan perkuliahan secara virtual harus bisa beradaptasi meski mereka merupakan mahasiswa semester akhir yang telah melalui perkuliahan secara bertahap. Namun, pada kenyataannya mahasiswa masih perlu stimulan berupa motivasi-motivasi maupun nilai-nilai karakteristik dari seorang dosen yang mampu membangun keaktifan perkuliahan jarak jauh.

Disisi lainnya, ternyata mahasiswa mengalami jaringan internet yang kurang memadai. Ini merupakan sebuah fenomena yang terjadi di kalangan masyarakat Indonesia dimana perkembangan teknologi sudah pesat namun tidak di dukung oleh infrastruktur yang memadai. Bagi sebagian mereka yang hidup di kota mungkin tidak merasakan kendala dari jaringan yang kurang memadai. Namun, bagi mereka yang bertempat tinggal di desa maupun pelosok negeri ini yang belum terjangkau jaringan internet, maka kendala ini muncul. Memang, UIN Sunan Kalijaga merupakan universitas yang terus mencari dan ingin mengembangkan sumber daya manusia yang berada di pelosok nusantara. Namun demikian, hal ini menjadi kendala tersendiri bagi beberapa mahasiswa yang berada di daerah tersebut.

Selain itu, mahasiswa merasa kesulitan untuk memahami materi yang dijelaskan dosen ketika perkuliahan jarak jauh. Hal yang mendasar ketika kita semua yang dulunya terbiasanya berinteraksi di dalam kelas bersama dosen, namun sekarang kita dihadapkan pada perkembangan teknologi. Baik dosen maupun mahasiswa juga harus saling menyikapi dengan bijak

dalam penggunaan berbagai platform yang digunakan.

Penutup

Dari berbagai kajian yang telah peneliti paparkan pada hasil dan pembahasan penelitian, penulis memberikan kritik dan saran terhadap efektivitas komunikasi dalam kebijakan perkuliahan jarak jauh yang peneliti kaji pada mahasiswa di Lingkungan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Ada beberapa poin yang peneliti temukan dalam penelitian ini, yakni; penggunaan platform sebagai media perkuliahan jarak jauh, adanya perubahan pola komunikasi dan kemudahan komunikasi, adanya kesenjangan akses dan teknologi serta adanya hambatan komunikasi.

Tentunya dengan perkembangan teknologi informasi ini penulis merasa dosen harus memberikan sarana/media pembelajaran yang aktif dan komunikatif agar terciptanya feedback yang baik dari mahasiswa seperti membuat media pembelajaran yang inspiratif yang telah di upload di media sosial dengan mengintegrasikan materi tersebut dengan konsultasi secara langsung baik melalui platform kekinian maupun langsung melakukan sambungan telepon. Sedangkan, mahasiswa harus berperan aktif ketika dosen telah memberi materi secara inspiratif tadi untuk melakukan konsultasi secara personal dan hal ini menjadi solusi ketika adanya hambatan komunikasi yang terjadi tadinya.

Daftar Pustaka

:Buku

Anderson, T. (2002). Book Review -

- Delivering Digitally: Managing the transition to the knowledge media. Editors: A. Inglis, P. Ling, and V. Joosten. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 3(2). <https://doi.org/10.19173/irrodl.v3i2.95>
- Assyfa Putri, A. N., & Irwansyah, I. (2021). Efektivitas Komunikasi Dalam Pembelajaran Online. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 54–63. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.184>
- Astuti, P. A. A. (2011). *Remaja Digital: Learn, Play, Socialize, Participate*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Crispin Thurlow, Laura Lengel, A. T. (2004). *Computer Mediated Communication*. SAGE Publications Ltd.
- Daheri, M., Juliana, J., Deriwanto, D., & Amda, A. D. (2020). Efektivitas WhatsApp sebagai Media Belajar Daring. *Jurnal Basicedu*, 4(4), 775–783. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v4i4.445>
- Griffith, D. A. (2002). The role of communication competencies in international business relationship development. *Journal of World Business*, 37(4), 256–265. [https://doi.org/10.1016/S1090-9516\(02\)00092-5](https://doi.org/10.1016/S1090-9516(02)00092-5)
- Malik, A. (2021). Hambatan Komunikasi dalam Perkuliahan Daring pada Masa Pandemi Covid-19. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 78–84. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4037>
- Mulyana, D. (2019). *ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar* (Cet. 22). Remaja Rosdakarya.
- Pratama, A., Cahyaningrum, N., Wulandari, A., & Anggraini, S. Z. (2021). Pengaruh Perkuliahan Daring Terhadap Efektivitas Pembelajaran Mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur di Era Pandemi COVID 19. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(5), 717–730. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i5.146>
- Priatmoko, S., Sugiri, W. A., Bashori, & Islamy, M. I. (2021). Distance Learning for New Students in the Era of Pandemic Coronavirus Disease (Covid-19): Implementation and Barriers. *Proceedings of the International Conference on Engineering, Technology and Social Science (ICONETOS 2020)*, 529(Iconetos 2020), 607–613. <https://doi.org/10.2991/as-sehr.k.210421.088>
- Rahkmat, J. (2019). *Psikologi Komunikasi : Edisi Revisi*. Simbiosis Rekata-ma Media.
- Rasyida, H. (2020). Efektivitas Kuliah Daring Di Tengah Pandemi. *Jurnal Edukasi*, 1(November), 1–8.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. PT Rafika Aditama.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Turahmat, T. (2020). *Implementation of Islamic Character Values in Online Learning of Literature*. <https://doi.org/10.4108/eai.27-8-2020.2303198>

Jurnal:

- Assyfa Putri, Ayu Nenden, and Irwansyah Irwansyah. “Efektivitas Komunikasi Dalam Pembelajaran Online.” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 54–63. <https://doi.org/10.47233/>

- jteksis.v3i1.184.
- Daheri, Mirzon, Juliana Juliana, Deriwanto Deriwanto, and Ahmad Dibul Amda. "Efektifitas WhatsApp Sebagai Media Belajar Daring." *Jurnal Basicedu* 4, no. 4 (2020): 775–83. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v4i4.445>.
- Malik, Abdul. "Hambatan Komunikasi Dalam Perkuliahan Daring Pada Masa Pandemi Covid-19." *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 2 (2021): 78–84. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4037>.
- Pratama, Ananta, Novia Cahyaningrum, Ayu Wulandari, and Siska Zunita Anggraini. "Pengaruh Perkuliahan Daring Terhadap Efektivitas Pembelajaran Mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jawa Timur Di Era Pandemi COVID 19." *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2, no. 5 (2021): 717–30. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i5.146>.
- Priatmoko, Sigit, Wiku Aji Sugiri, Bashori, and M. Irfan Islamy. "Distance Learning for New Students in the Era of Pandemic Coronavirus Disease (Covid-19): Implementation and Barriers." *Proceedings of the International Conference on Engineering, Technology and Social Science (ICONETOS 2020)* 529, no. Iconetos 2020 (2021): 607–13. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210421.088>.
- Rasyida, Hikma. "Efektivitas Kuliah Daring Di Tengah Pandemi." *Jurnal Edukasi* 1, no. November (2020): 1–8.
- Turahmat, Turahmat. "Implementation of Islamic Character Values in Online Learning of Literature." 2020. <https://doi.org/10.4108/eai.27-8-2020.2303198>.

AUTHOR GUIDELINE

Some notes to consider before submitting a paper:

- The article submitted to Kalijaga Journal of Communication should reflect a specific focus of study related to communication and should be based on research: library, fieldwork, or other kinds of researches.
- The article should present an argument/thesis/finding which contributes to the development of communication studies which is presented clearly in abstract, content, and conclusion.
- The article could be written in bahasa Indonesia or in English: academically, grammatically good.
- The article is about 4.000-10.000 characters length.
- A 100-150 words of abstract is provided in both bahasa Indonesia and English along with 3-5 keywords.
- The author should provide references (primary and secondary, quoted from academic books, recent journal articles, and other reliable manuscripts) formatted according to the Turabian full note style of citation.

Bibliography

- D'Angelo, P., & Kuypers, J. A. (2010). Introduction: Doing News Framing Analysis. In P. D'Angelo & J. A. Kuypers (Eds.), *Doing News Framing Analysis : Empirical and Theoretical Perspectives*. Routledge.
- Diakopoulos, N., Zhang, A. X., Elgesem, D., & Salway, A. (2014). *Identifying and analyzing moral evaluation frames in climate change blog discourse*. The AAAI Press. <https://www.scholars.northwestern.edu/en/publications/identifying-and-analyzing-moral-evaluation-frames-in-climate-chan>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS.
- Eva Safitri. (2018). *Hari ke-6, 159 Penyelam Cari Korban dan Puing Lion Air JT 610*. <https://news.detik.com/berita/d-4285650/hari-ke-6-159-penyelam-cari-korban-dan-puing-lion-air-jt-610>
- Gamson, W. A. (2001). Foreword. In S. D. Reese, O. Gandy, & A. E. Grant (Eds.), *Framing Public Life : Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Ghita Intan. (2018). *Pengamat: Masalah Mesin Diduga Penyebab Jatuhnya Lion Air JT 610*. <https://www.voaindonesia.com/a/pengamat-masalah-mesin-diduga-penyebab-jatuhnya-lion-air-jt-610/4635046.html>
- Hardin, M., & Whiteside, E. (2010). Framing Through a Feminist Lens: A Tool in Support of an Activist Research Agenda. In P. D'Angelo & J. A. Kuypers (Eds.), *Do-*

- ing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. Routledge.
- Hoffman, A. J. (2011). Talking Past Each Other? Cultural Framing of Skeptical and Convinced Logics in the Climate Change Debate. *Organization & Environment*, 24(1), 3–33. <https://doi.org/10.1177/1086026611404336>
- Kusumaningrat, H. (2006). *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Rosda Karya.
- Matthes, J. (2012). Framing Politics. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 247–259. <https://doi.org/10.1177/0002764211426324>
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori Dan Praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia.
- Mustika, R. (2017). Analisis Framing Pemberitaan Media Online mengenai Kasus Pedofilia di Akun Facebook. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 135–148. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.159>
- Nur Azizah. (2018). *Basarnas Tetapkan Masa Evakuasi Lion Air JT 610 Selama 7 Hari*. <https://news.detik.com/berita/d-4277968/basarnas-tetapkan-masa-evakuasi-lion-air-jt-610-selama-7-hari>
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Reese, S. D. (2007). The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. *Journal of Communication*, 57(1), 148–154. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00334.x>
- Ryana Aryandita Umasugi. (2018). *Seorang Penyelam Meninggal Dunia saat Mencari Puing Lion Air*. <https://megapolitan.kompas.com/read/2018/11/03/09482391/seorang-penyelam-meninggal-dunia-saat-mencari-puing-lion-air>
- Samsudhuha Wildansyah. (n.d.). *Ada Tim AS-Singapura Bantu KNKT Cek Black Box Lion Air, Ini Perannya*. Retrieved November 19, 2018, from <https://news.detik.com/berita/d-4285202/ada-tim-as-singapura-bantu-knkt-cek-black-box-lion-air-ini-perannya>

Note:

It is suggested to author to use any reference manager (such as Zotero, Mendeley, etc) in manage their references cited in his/her article submitted to Kalijaga Journal of Communication.

