

JURNAL SOSIOLOGI AGAMA

Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial



**RETORIKA IMAJI FILANTROPI ISLAM MODERN
DALAM PRANGKO AMAL MUHAMMADIYAH**

Adib Sofia

**GAGASAN STUDI AGAMA TERAPAN DALAM BINGKAI KAMPUS MERDEKA:
PERSPEKTIF SOSIOLOGI PENGETAHUAN**

Ahmad Muttaqin & Ustadhi Hamsah

MENGATASI INTOLERANSI BERAGAMA: Sebuah Tawaran Moderasi Beragama Perspektif Syiah

Dede Syarif

PEREMPUAN DAN PERAN REGENERASI DALAM LINGKARAN EKSTREMISME KEKERASAN:

Narasi dari Indonesia Timur

Muhammad Najib Azca & Rani Dwi Putri

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM, UIN SUNAN KALIJAGA**

JURNAL SOSIOLOGI AGAMA

Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial

Vol. 15, No. 2, Juli-Desember 2021

Editor in Chief

Moh Soehadha

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Managing Editor

M Yaser Arafat

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Peer-Reviewers

Amin Abdullah

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Al Makin

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Abdul Mustaqim

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Alimatul Qibtiyah

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Hasan Sazali

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan

Zuly Qodir

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Soni Akhmad Nulhaqim

Universitas Padjajaran, Jawa Barat

Anif Fatma Chawa

Universitas Brawijaya, Malang

Muhammad Najib Azca

Universitas Gajah Mada, Yogyakarta

Jajang A Rohmana

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Jati
Bandung

Editor

Nurus Sa'adah

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Inayah Rohmaniyah

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Ustadi Hamzah

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Ahmad Izudin

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga,
Yogyakarta

Wawan Sobari

Universitas Brawijaya,
Malang

Pardamean Daulay

Universitas Terbuka, Surabaya

I Nyoman Ruja

Universitas Negeri Malang

Maulana S Kusumah

Universitas Jember, Jawa Timur

Erda Rindrasih

Utrecht University, Netherland

Fina Itriyati

Universitas Gajah Mada, Yogyakarta



Daftar Isi

RETORIKA IMAJI FILANTROPI ISLAM MODERN DALAM PRANGKO AMAL MUHAMMADIYAH	
Adib Sofia	149
GAGASAN STUDI AGAMA TERAPAN DALAM BINGKAI KAMPUS MERDEKA: PERSPEKTIF SOSIOLOGI PENGETAHUAN	
Ahmad Muttaqin dan Ustadhi Hamsah	171
BUILDING THE FOUNDATION OF RELIGIOUS TOLERANCE AND COUNTERING RADICALISM IDEOLOGY IN INDONESIA	
Alfian Qodri Azizi, Muhammad Faiq, dan Thiyas Tono Taufiq	191
TEOLOGI LINGKUNGAN; Studi Fenomenologi Gerakan Environmentalisme Komunitas Air Kita Mojoagung	
Amilatul Khasanah dan Naibin	207
MENGATASI INTOLERANSI BERAGAMA: Sebuah Tawaran Moderasi Beragama Perspektif Syiah	
Dede Syarif	227
SOCIAL RELIGIOUS CHANGES OF EAST JAVA PEOPLE IN THE INDEX OF TOLERANCE ANALYSIS	
Muhammad Lukman Hakim, Indah Dwi Qurbani dan Abdul Wahid	243
MOBILISASI SUMBER DAYA DAN PARTISIPASI PUBLIK DALAM GERAKAN FILANTROPI ISLAM: Studi pada LAZIS Muhammadiyah di Kecamatan Kalasan, Sleman	
Sitti Harnia dan M. Falikul Isbah	261
PEREMPUAN DAN PERAN REGENERASI DALAM LINGKARAN EKSTREMISME KEKERASAN: Narasi dari Indonesia Timur	
Muhammad Najib Azca dan Rani Dwi Putri	281

RETORIKA IMAJI FILANTROPI ISLAM MODERN DALAM PRANGKO AMAL MUHAMMADIYAH

Adib Sofia

UIN Sunan Kalijaga
adib.sofia@uin-suka.ac.id



Abstrak

Pada era sebelum kemerdekaan hingga beberapa dekade setelahnya, prangko menjadi benda sangat berharga, baik secara fungsional maupun secara konseptual. Kala itu prangko tidak hanya menjadi bukti pembayaran biaya pengiriman surat atau dokumen, tetapi juga memiliki fungsi sebagai alat *fundraising* yang disebut sebagai prangko amal. Prangko amal Muhammadiyah yang terbit pada masa Hindia Belanda telah menjadi ikon filantropi Islam modern. Hingga 80 tahun keberadaannya pada 2021 ini, prangko tersebut masih terus dibahas dan ditampilkan di berbagai media. Oleh karena itu, tulisan ini berupaya mengungkap makna prangko tersebut dalam beberapa tahapan dan berbagai konteks. *Pertama*, dari sisi imaji denotasi diperoleh gambaran detail wujud visual dan tekstual prangko amal tersebut. *Kedua*, dari sisi retorika konotasi, diperoleh makna prangko tersebut sebagai (i) pengakuan Pemerintah Hindia Belanda kepada gerakan Islam; (ii) profesionalitas filantropi Islam; (iii) aksi kemanusiaan dari masyarakat umum untuk masyarakat umum; serta (iv) wujud spritualitas dan ibadah sosial. *Ketiga*, pada tahap mitos diperoleh makna (i) kultur kolektif tentang keberlanjutan untuk mengelola filantropi secara terorganisasi dan (ii) kultur kolektif tentang keberlanjutan untuk beragama dengan bahagia. Ketiga hasil pemaknaan tersebut menjawab mengapa hingga saat ini keberadaan prangko amal Muhammadiyah masih terus diapresiasi.

Kata kunci: prangko, filantropi Islam, denotasi-konotasi-mitos

Abstract

In pre-independence era until several decades after, stamps become very precious things either functionally or conceptually. At that time stamps functioned not only as the proof of payment for sending letters or documents but also as the fundraising tool or usually called charity stamps. Muhammadiyah charity stamps issued in Dutch East Indies period have become the modern Islamic philanthropic icons. Until their 80 years of existence in

2021, these stamps are still being discussed and performed in various media. Therefore, this writing is trying to reveal the meaning of stamps in several stages and in various contexts. *First*, in terms of denotative image, it can find the detailed description of visual and textual form of the charity stamps. *Second*, in terms of connotative rhetoric, it can find the meaning of stamps as (i) the confession of Dutch East Indies Government to Islamic movement; (ii) the professionalism of Islamic philanthropy; (iii) humanitarian actions from general public for general public; and (iv) a form of spirituality and social worship. *Third*, on the mystical stage it can find the meaning of (i) collective culture of sustainability to manage the philanthropy in organized manner and (ii) collective culture of sustainability to live religion happily. These three of meanings have answered why the existence of Muhammadiyah charity stamps is still being appreciated until today.

Keywords: stamps, Islamic philanthropy, denotation-connotation-myth



PENDAHULUAN

Pada milenium ketiga, penduduk dunia sudah tidak banyak berkirim pesan atau berkirim dokumen dengan menggunakan tanda biaya pengiriman berupa prangko. Hingga tulisan ini disusun, prangko masih dapat dibeli di kantor-kantor pos resmi, tetapi tidak mudah didapatkan di gerai maupun toko-toko umum. Jika melihat pada era sebelum kemerdekaan hingga beberapa dekade setelahnya, prangko merupakan benda yang sangat berharga, baik dilihat dari sudut pandang fungsional maupun konseptual. Berbagai catatan sejarah menunjukkan bahwa saat itu prangko merupakan benda penting dalam menunjang komunikasi manusia.

Di antara berbagai prangko yang terbit pada masa pra-kemerdekaan, terdapat satu set prangko yang hingga kini masih diburu dan dikoleksi oleh para pecinta benda kuno dan komunitas filatelis, yaitu prangko amal Muhammadiyah. Prangko yang seringkali menjadi ikon filantropi Islam modern itu terdiri atas satu set seri PKO (Penolong Kesengsaraan Oemoem) yang meliputi lima prangko, yaitu nominal 2 cent (berwarna hijau), 3½ cent (berwarna coklat), 7½ cent (berwarna ungu), 10 cent (berwarna merah), dan 15 cent (berwarna biru). Kelima prangko yang diterbitkan pada tahun 1941 tersebut bertuliskan *Moehammadijah, Nederlandsch Indie, Geldig tot end met* (artinya: berlaku hingga) 31 Juli 1942, dan PKO.

Penyebutan prangko amal Muhammadiyah sebagai ikon filantropi Islam modern dalam tulisan ini didasarkan pada penggunaan gambar prangko amal Muhammadiyah di berbagai pembahasan filantropi pada masa sekarang. Buku karya Amelia Fauzia (2016) yang berjudul *Filantropi Islam*, misalnya, mengambil prangko amal Muhammadiyah yang nominal 3½ cent sebagai sampul buku tersebut. Buku yang merupakan terjemahan dari terbitan Brill (2013) yang berjudul *Faith and the State: A History of Islamic Philanthropy in Indonesia* tersebut sebenarnya memaparkan hampir semua gerakan filantropi Islam di Indonesia, tetapi prangko amal Muhammadiyah terpilih sebagai sampul yang merepresentasikan aneka gerakan filantropi itu. Tidak hanya itu, di buku tersebut prangko amal Muhammadiyah juga dibahas dalam bab keempat, yaitu “Muhammadiyah dan Filantropi Modern sebelum Kemerdekaan” dengan memuat prangko nominal 3½ Cent dan 2 Cent sebagai ilustrasi serta salah satu pembahasan.

Prangko amal Muhammadiyah yang nominal 2 cent, 3½ cent, dan 7½ juga dipilih sebagai contoh ragam tema lokal pada masa Hindia Belanda dalam tulisan Ririmasse (2006). Sementara itu, prangko amal Muhammadiyah yang nominal 2 cent dan 10 cent dipilih menjadi contoh ragam *fundraising* modern dalam tulisan Yuristiadhi (2015). Selain itu, satu set lengkap prangko amal Muhammadiyah menjadi contoh penjelasan Yuristiadhi (2020) dalam menjelaskan respons masyarakat sipil atas abainya negara kolonial terhadap kesejahteraan bumiputra. Selanjutnya, ketika *Suara 'Aisyiyah* edisi 5 (Mei 2021) mengangkat tema dakwah filantropi berkeadilan sosial, prangko amal Muhammadiyah dengan nominal 7½ cent dan 10½ dipilih sebagai sampulnya, walaupun pembahasan di dalamnya merupakan pembahasan filantropi secara umum. Kelima jenis prangko amal Muhammadiyah tersebut juga dijadikan sebagai tema siaran *live streaming* di RadioMu bekerja sama dengan Museum Muhammadiyah (2020).

Selain itu, prangko amal dengan nominal 10 cent juga menjadi profil grup media sosial resmi Muhammadiyah sejak 2014 hingga 2021 (saat disusunnya tulisan ini), yaitu <https://www.facebook.com/PeryarikatanMuhammadiyah/> dan <https://twitter.com/muhammadiyah>. Sifat resmi kedua akun media sosial tersebut ditandai dengan adanya centang biru pada nama akunnya dan penulis telah pula mengkonfirmasi kepada tim media sosial Muhammadiyah. Selain itu, prangko amal Muhammadiyah juga ditampilkan di akun media sosial resmi 'Aisyiyah, yaitu <https://www.facebook.com/PPAisyiyahOfficial/>.

Sejumlah tayangan youtube juga menampilkan paduan suara dengan lagu Prangko Amal Muhammadiyah, misalnya <https://www.youtube.com/watch?v=O9ZLMS8SiTY> dari Pimpinan Ranting Nasyyatul 'Aisyiyah Lesmana (diunggah 11 Maret 2019) dan https://www.youtube.com/watch?v=8h_41Uf04rU dari Ikatan Guru TK Aisyiyah Bustanul Athfal (IGABA) Ajibarang Banyumas (diunggah 24 Juni 2019). Lagu Prangko amal ini juga dinyanyikan secara tunggal oleh mantan Ketua Pimpinan Pusat 'Aisyiyah, Siti Hadiroh, pada tayangan <https://www.youtube.com/watch?v=M6cjTXpMpHc&t=82s> (diunggah 8 Juli 2021). Tayangan tersebut dilengkapi dengan penjelasan sejarah serta gambaran suasana hingar-bingar dan gegap-gempitanya filantropi melalui prangko amal Muhammadiyah pada zaman dahulu.

Eksistensi prangko amal yang menjadi ikon gerakan filantropi ini memiliki sejarah yang panjang. Pada mulanya Pemerintah Hindia Belanda mengeluarkan prangko amal yang keuntungannya dijualannya diserahkan kepada organisasi Kristen (Apriliyanti, 2014: 85; Zara, 2016). Saat itu, Muhammadiyah bersama Persis, PII, PSII, dan lain-lain meminta Pemerintah Hindia Belanda memperbolehkan penerbitan prangko amal pula bagi organisasi Islam (Hadisiswojo, 1941: 442-443; *Suara 'Aisyiyah*, 2021). Terbitnya prangko amal tersebut di antaranya berkat kepemimpinan Mas Mansur, Ketua Pengurus Besar Muhammadiyah kala itu. Mas Mansur memiliki kemampuan mengorganisasikan Komite Prangko Amal serta kemampuan negosiasi yang sangat baik kepada Gubernur Jenderal Hindia Belanda di Bogor. Gubernur pun kemudian mengizinkan penerbitan prangko amal Muhammadiyah, bahkan memberi sokongan kepada Komite Prangko Amal Muhammadiyah senilai 500 gulden (Zara, 2016). Prangko amal pertama bagi kalangan umat muslim ini merupakan ide yang sangat cerdas dari Muhammadiyah pada zamannya (Hadisiswojo, 1941: 443; Apriliyanti, 2014: 84-85).

Berkat komunikasi yang sangat baik antara pimpinan dan warga Muhammadiyah di semua daerah, dua hari setelah peluncuran prangko tersebut Muhammadiyah telah memiliki keuntungan sebanyak 1.500 gulden. Pada hari-hari berikutnya, koran berbahasa Belanda, yaitu *Soerabaijasch Handelsblad* pada 24 September 1941 mengumumkan bahwa penjualan prangko amal Muhammadiyah

sukses besar. Prangko dengan harga 2, 3½, 7½, 10, dan 15 cent itu dijual seharga 3, 5, 10, 12½, dan 20 cent (Hadisiswojo, 1941; Zara, 2016). Fundraising ini kemudian digunakan untuk mendirikan sarana ibadah, gedung sekolah, rumah sakit, poliklinik, rumah yatim-piatu, dan usaha sosial lainnya. Prangko amal ini banyak mendapatkan dukungan dari tokoh-tokoh penting, misalnya Paku Buwono XI (Solo), Sri Sultan Hamengkubuwono IX (Yogyakarta), dan Hoesein Djajadiningrat. Bahkan, istri Gubernur Jenderal Pemerintah Hindia Belanda juga ikut andil menyebarkan prangko amal dengan menganjurkan pemakaian dan perdagangan prangko tersebut. Tenggang waktu penjualan prangko amal pada mulanya adalah 40 hari dan selama itu hampir di seluruh pelosok tanah air disemarakkan dengan prangko amal Muhammadiyah (Hadisiswojo, 1941; Soebagijo, 1982: 43).

Karena prangko kala itu merupakan alat yang membantu komunikasi antar-manusia di berbagai belahan dunia, maka pesan yang melekat pada prangko amal Muhammadiyah pun sampai pula di berbagai tempat di pelosok negeri, bahkan prangko ini dikenal hingga ke Suriname. Perhatian orang Suriname yang umumnya merupakan keturunan India, Cina, dan Jawa ini menjadi pintu masuk dikenalkannya latar belakang, perkembangan, dan misi organisasi Muhammadiyah di Suriname. Seorang wartawan Belanda menuliskan bahwa penjualan prangko amal Muhammadiyah itu meningkat pada lebaran 1941, yaitu ketika kartu-kartu ucapan selamat Idul Fitri dikirim ke berbagai tujuan. Selain itu, pers berbahasa Belanda juga menyambut baik gerakan *weldadigheidszegel* atau 'prangko amal' ini (Zara, 2016).

Prangko amal Muhammadiyah yang terus diperbincangkan hingga 80 tahun sejak terbitnya, tentu telah mengundang sejumlah pihak untuk mendiskusikan dan menuliskannya. Akan tetapi, sejumlah pembahasan terhadap prangko amal Muhammadiyah itu sebagian besar berupa artikel pendek di majalah atau laman. Tulisan Muhammad Yuanda Zara (2016, 2018) mengungkap pentingnya gerakan dan fungsi di balik prangko ini dari sisi kesejarahan. Sebuah liputan di *Suara 'Aisyiyah* (2021) menuliskan keterlibatan berbagai pihak-pihak dalam menyukseskan penjualan prangko tersebut. Persoalan prangko amal Muhammadiyah ini juga telah diangkat oleh Soebagijo (1982) dan Fitri Apriliyanti (2014) berupa karya ilmiah, tetapi pembahasan prangko amal Muhammadiyah pada kedua tulisan tersebut hanya menjadi sub-pembahasan ketika mengulas peran Mas Mansur, Ketua Pengurus Besar Muhammadiyah kala itu.

Selain itu, wujud visual prangko amal Muhammadiyah pernah dimuat dalam jurnal ilmiah tulisan Ghifari Yuristiadhi (2015), yaitu dalam uraian mengenai aktivitas, penggalangan dana, dan pembiayaan PKO. Wujud visual prangko ini juga menjadi pembahasan filantropi perkotaan dalam buku Ghifari Yuristiadhi (2020). Wujud visual prangko ini juga muncul dalam buku Amelia Fauzia (2016) pada penjelasan penggalangan dana berbasis komunitas. Wujud visual prangko amal Muhammadiyah ini juga dimuat dalam jurnal yang ditulis oleh Marlon N. R. Ririmasse (2006) dalam uraian mengenai ragam tema lokal dalam desain prangko Hindia Belanda. Terdapat satu tulisan jurnal dari Restu Ismoyo Aji (2011) mengenai prangko Muhammadiyah, tetapi prangko yang dianalisis adalah prangko masa kini, yaitu prangko Satu Abad Muhammadiyah. Dengan demikian, pemaknaan secara khusus terhadap prangko amal Muhammadiyah belum banyak dilakukan.

Tulisan ini akan mengulas bahwa selama 80 tahun perjalanan panjang prangko amal Muhammadiyah tersebut, terdapat rangkaian pemaknaan yang panjang pula. Sebuah produk budaya tahun 1941 yang pada mulanya hanya digunakan sebagai tanda biaya pengiriman surat atau dokumen, ternyata pada masa kini hadir sebagai ikon yang memiliki banyak makna. Oleh karena itu, pembahasan dari pemaknaan awal hingga pemaknaan masa kini perlu diungkap untuk mengetahui

keberlanjutan konsep dan aksi filantropi gerakan Islam. Tulisan ini memulai dari mengungkap imaji denotasi, retorika konotasi, hingga mitos yang dapat dilihat dari prangko amal Muhammadiyah. Dengan diuraikannya berbagai tahapan pemaknaan tersebut dapat dijelaskan makna berkelanjutan mengenai eksistensi prangko tersebut sejak sebelum kemerdekaan hingga saat ini.

Metode Penelitian

Istilah retorika imaji dan seluruh langkah pengkajian yang digunakan dalam tulisan ini mengacu pada konsep Barthes dalam buku *Image/Music/Text* (1990). Kata imaji (*image*) dapat digali dari akar katanya, yaitu *imitari* (meniru). Memaknai imaji merupakan “jantung” persoalan dalam representasi analogis yang menghasilkan sistem tanda-tanda sejati yang tidak hanya menyatukan simbol-simbol dengan mudah. Petanda-petanda (*signified*) yang mempresentasikan pesan pada imaji secara *a priori* diambil dari ciri-ciri khas produk dan ditransmisikan sejelas mungkin. Jika imaji berisi tanda-tanda (*sign*), tanda-tanda itu dihadirkan secara utuh sehingga dapat dibaca dan ditafsirkan secara optimal (Barthes, 2010: 19-20).

Sementara itu, retorika yang dimaksud oleh Barthes adalah sekumpulan konotator (penanda-penanda konotasi). Retorika merupakan bagian dalam proses pertandaan yang berurusan dengan penciptaan ideologi (*the signifying aspect of ideology*). Retorika ini bervariasi, tergantung pada substansinya, tetapi bentuknya tidak bervariasi. Prinsip utama dalam melakukan pemaknaan adalah harus ada denotasi tertentu dalam suatu wacana karena wacana tidak akan ada tanpa denotasi. Dengan demikian, keseluruhan sistem imaji terdapat dua lapisan struktural, yaitu (i) konotator mengalami kondensasi paradigmatis (peleburan simbol-simbol) yang merupakan tanda-tanda yang menonjol dan terpecah-pecah dan (ii) terdapat aliran sintagmatis pada lapisan denotasi, sintagma selalu identik dengan wacana ikonik yang menaturalisasikan simbol-simbol (Barthes, 2010: 37-40).

Selanjutnya mengenai konsep mitos, Barthes dalam buku tersebut menjelaskan bahwa mitos memuat sejumlah artikulasi teoretis yang bersinggungan dengan Durkheim dan Marx. Mitos merupakan representasi kolektif atau sesuatu yang dideterminasi oleh wacana sosial. Mitos merupakan refleksi, tetapi refleksi ini terjadi secara terbalik. Mitos terjadi ketika kultur dijungkir balik menjadi natural. Semua produk masyarakat dalam berbagai kelas dipresentasikan sebagai sesuatu hal yang bersifat wajar atau lumrah. Mitos kontemporer tersebut bersifat diskontinu yang biasanya hadir dalam bentuk frase maupun korpus. Dalam hal ini semiologi bekerja memulihkan inversi mitis sehingga jelas keterhubungan antara imaji denotasi dan retorika konotasinya (Barthes, 2010: 171-176).

Penjelasan Barthes dalam buku *Image/Music/Text* ini sejalan dengan langkah semiologi yang dituangkan dalam *Elements of Semiology* (1964: 89-94) yang seringkali dikerucutkan dengan gambar berikut.

Gambar Metode Pemaknaan Barthes



Mengingat tulisan ini berangkat dari keberadaan prangko amal Muhammadiyah secara visual, diperlukan beberapa tahap untuk menuju pada pemaknaan prangko tersebut dalam beberapa konteks. Tahap pertama adalah mengungkap imaji denotasi; tahap kedua adalah mengungkap retorika konotasi; dan tahap ketiga adalah mengungkap mitos sebagai kultur kolektif. Tiga tahap tersebut dilalui dalam rangka menggali pemaknaan prangko amal Muhammadiyah sebagai unit analisis kebahasaan dan visual, serta dalam rangka menggali pemaknaan prangko tersebut sebagai unit analisis mitos.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Imaji Denotasi

Penjelasan mengenai ciri khas prangko amal Muhammadiyah merupakan hal mutlak untuk melakukan pemahaman yang lebih jauh. Oleh sejumlah pengamat, prangko amal Muhammadiyah dikategorikan sebagai prangko Hindia Belanda yang dibuat dan diterbitkan pada saat pemerintah Hindia Belanda berkuasa. Prangko pertama dalam kategori Hindia Belanda adalah prangko bergambar raja Willem III dari Belanda pada 1 April 1864. Pada tahun itu telah ada kantor-kantor pos di sepanjang Daendeles dan sejumlah kota besar (Ririmasse, 2006; Affandi, 2001: 6-7; Bonet, 1999: 14). Sebagaimana yang telah diuraikan di atas, prangko amal Muhammadiyah merupakan sarana filantropi Islam yang digagas oleh Muhammadiyah bersama organisasi-organisasi Islam sebelum kemerdekaan. Gagasan itu muncul setelah adanya prangko amal yang dilakukan oleh organisasi Kristen.

Prangko amal merupakan prangko yang diterbitkan dan dicetak dengan tujuan mengumpulkan dana untuk kepentingan kemanusiaan. Dana yang dihimpun oleh pemerintah melalui penjualan prangko amal ini disalurkan untuk meringankan beban penderitaan masyarakat yang mengalami musibah atau penderitaan (Affandi, 2001: 23). Dalam *Katalog Prangko Indonesia 2018*, prangko amal Muhammadiyah digolongkan sebagai Prangko Nederlandsch Indie yang memiliki kode N-46. Dalam katalog tersebut tertulis angka 22-9-1941 dan 31-12-1942 yang merupakan tahun diterbitkannya dan diberlakukannya prangko tersebut. Dalam katalog itu juga dijelaskan mengenai jumlah cetakan prangko amal Muhammadiyah saat diterbitkan, yaitu (i) jumlah cetakan untuk prangko 2 cent (+1 cent sebagai amal, berwarna hijau) adalah 450.000; (ii) jumlah cetakan untuk prangko 3½ cent (+1½ cent sebagai amal, berwarna coklat) adalah 300.000; (iii) jumlah cetakan untuk prangko 7½ cent (+2½ cent sebagai amal, berwarna ungu) adalah 300.000; jumlah cetakan untuk prangko 10 cent (+2½ cent sebagai amal) adalah 400.000; dan (v) jumlah cetakan untuk prangko 15 (+5 cent sebagai amal) adalah 200.000 (Lalwani, dkk, 2018: 349). Karena jumlah yang berbeda tersebut, harga prangko

yang diperjualbelikan oleh para kolektor benda kuno dan komunitas filatelis saat ini juga bervariasi, menyesuaikan pada kelangkaannya.

Bentuk visual prangko amal Muhammadiyah dan imaji denotasinya dijelaskan sebagai berikut.

1. Prangko 2 Cent



Sumber: koleksi pribadi

Pada prangko berwarna hijau ini terlihat seorang laki-laki dewasa menggunakan busana putih, yaitu jas lengan panjang yang berkancing, dilengkapi dengan kemeja putih yang berada di dalam jas tersebut, serta terlihat dasi berwarna gelap menyembul di balik jas itu. Rambut laki-laki tersebut berpotongan pendek, tebal, sehat, dan tertata dengan rapi. Laki-laki tersebut menunduk, memberikan perhatian kepada seorang anak di depannya. Tangan kanan laki-laki itu memegang dagu anak tersebut dan tangan kirinya membuka baju anak itu. Ekspresi laki-laki itu memeriksa bagian tubuh yang terbuka pada anak itu. Sementara itu, anak laki-laki itu menggunakan peci hitam, memandang ke bawah, dan membuka baju putihnya.

2. Prangko 3½ Cent



Sumber: koleksi pribadi

Pada prangko berwarna coklat ini terlihat seorang laki-laki dewasa berpakaian tradisional dengan baju putih sederhana (serupa kaos lengan pendek), dengan busana bawah dan ikat kepala tradisional. Tangan kiri laki-laki itu memegang mangkok dan tangan kanannya memegang sendok. Laki-laki itu duduk bersila dengan posisi salah satu kakinya menopang tangannya. Di dekat laki-laki itu terdapat mangkok besar yang berisi sesuatu yang berwarna putih. Laki-laki itu terlihat tengah menyendok sesuatu yang ada di tangannya.

3. Prangko 7½ Cent



Sumber: koleksi pribadi

Pada prangko berwarna ungu ini terlihat seorang perempuan dewasa dengan penutup rambut yang menjuntai dengan baju dominasi putih dan menutup leher. Perempuan berbaju putih dengan sedikit warna gelap ber lengan panjang itu tengah melakukan pembalutan pada kepala seseorang yang berposisi tidur atau rebah di depannya.

4. Prangko 10 Cent



Sumber: koleksi pribadi

Pada prangko berwarna merah ini seorang perempuan dewasa berkerudung putih, menutup seluruh rambut dan lehernya hingga ke dada, dan berbaju agak gelap dengan lengan panjang. Perempuan itu mengusap rambut seorang anak laki-laki berbaju putih dan berambut pendek yang ada di depannya. Di depan perempuan itu juga ada seorang anak perempuan berbaju agak gelap dengan rambut sebahu. Pandangan perempuan itu mengarah dengan tatapan sendu kepada kedua anak tersebut.

5. Prangko 15 Cent



Sumber:
koleksi pribadi

Pada prangko berwarna biru ini terlihat seorang laki-laki dewasa dengan pakaian tradisional, yaitu ikat kepala, baju putih, dan bawahan tradisional duduk bersila. Tangan kanan dan kirinya meregangkan sebilah kayu atau pelepah. Di depan laki-laki itu terdapat dua buah mangkok yang tidak tampak isinya.

Selain memuat gambar, prangko amal Muhammadiyah tersebut juga memuat teks berupa abjad dan angka. Bentuk tekstual prangko amal Muhammadiyah dan imaji denotasinya dijelaskan sebagai berikut.

Nederlandsch Indie

Nederlandsch Indie diartikan sebagai Hindia Belanda, yaitu daerah pendudukan Belanda di Nusantara. Tulisan *Nederlandsch Indie* dalam prangko tersebut menunjukkan bahwa prangko itu diterbitkan oleh pemerintah Hindia Belanda. Sejak tahun 1862 pemerintah Hindia Belanda mengeluarkan keputusan tentang perlunya penggunaan prangko dalam pengiriman surat (Ririmasse, 2006).

Geldig tot en met 31 Juli 1942

Kata ini berarti ‘berlaku hingga 31 Juli 1942’ (Wojowasito, 1996). Penyebutan tahun ini menunjukkan waktu *fundraising* yang dilakukan melalui prangko ini, yaitu pada 1941 hingga 1942. Hal ini didasarkan pada pemuatan berita di koran berbahasa Belanda, yaitu *Soerabaijasch Handelsblad* pada 24 September 1941 yang mengumumkan bahwa penjualan prangko amal Muhammadiyah sukses besar (Zara, 2016).

Moehammadijah

Kata tersebut merupakan penyebutan kepada organisasi Muhammadiyah dengan menggunakan ejaan van Ophuijsen, yaitu ejaan yang berlaku di Nusantara pada 1901-1947. Dari sisi bahasa, kata Muhammadiyah ini berarti pengikut Muhammad. Dalam prangko tersebut, Muhammadiyah adalah organisasi dakwah Islam yang didirikan di Yogyakarta oleh K.H. Ahmad Dahlan pada 8 Zulhijjah 1330 H/18 November 1912. Muhammadiyah yang merupakan organisasi berasaskan Islam ini menjelaskan dirinya sebagai gerakan Islam, dakwah amar makruf nahi munkar (mengajak pada kebaikan dan mencegah keburukan) dan tajdid (pembaruan), bersumber pada al-Qur`an dan as-Sunnah. (<https://muhammadiyah.or.id>, 2021).

2 Cent, 3½ Cent, 7½ Cent, 10 Cent, 15 Cent

Angka yang tertulis dalam setiap jenis prangko tersebut merupakan harga resmi dari pemerintah Hindia Belanda. Harga 2 cent (dijual +1 cent sebagai amal), harga 3½ cent (dijual +1½ cent sebagai amal) harga 7½ (dijual +2½ cent sebagai amal), harga 10 cent (dijual +2½ cent sebagai amal); dan harga 15 (dijual +5 cent sebagai amal) (Hadisiswojo, 1941, Zara, 2016).

PKO

PKO adalah kepanjangan dari *Penolong Kesengsaraan Oemoem*, yaitu salah satu dari empat bagian yang dibentuk oleh *Hoofd Bestuur* Muhammadiyah pada 1920 (Yuristiadhi, 2015) PKO merupakan bentuk amal usaha Muhammadiyah di bidang sosial.

Penjelasan mengenai imaji visual dan tekstual di atas merupakan “jantung” atau pokok persoalan dalam representasi analogis pada bagian setelahnya. Sistem tanda-tanda sejati, sebagaimana dianalisis pada bagian pertama ini, tidak hanya menampilkan simbol-simbol, tetapi sudah menunjukkan prangko amal Muhammadiyah dan bentuk visualnya mempresentasikan pesan. Imaji berisi tanda-tanda (*sign*) di atas telah dihadirkan secara utuh sehingga dapat dibaca dan ditafsirkan secara optimal pada tahapan selanjutnya (Barthes, 2010: 19-20). Dengan demikian, penjelasan mengenai visual dan tekstual prangko amal Muhammadiyah di atas dapat menjadi dasar pada pemaknaan retorika konotasi dan pemaknaan mitos setelahnya.

Retorika Konotasi

Tahap berikutnya dalam melakukan analisis terhadap prangko amal Muhammadiyah adalah mengamati retorika konotasi dari keseluruhan unsur imaji denotasinya. Retorika konotasi ini dilakukan dengan melihat pada konteks saat diproduksi prangko tersebut. Dalam melakukan analisis retorika konotasi ini prangko sudah tidak lagi bermakna sebagai bukti pembiayaan pengiriman, melainkan memiliki beberapa makna yang *absentia*. Makna-makna prangko itu dibantu penguatan pemaknaannya dari dokumen sejarah lainnya, seperti iklan, seruan, dan artikel di majalah *Suara 'Aisyiyah* dalam rentang edisi tahun 1941-1942 yang memiliki kaitan dengan makna penerbitan prangko amal tersebut.

Pengakuan Pemerintah Hindia Belanda kepada Gerakan Islam

Dalam ranah konotatif, tulisan *Nederlandsch Indie* dan tulisan *Geldig tot end met 31 Juli 1942* tidak sekadar berarti ‘Hindia Belanda’ dan ‘berlaku hingga 31 Juli 1942’ sebagaimana makna denotasinya. Arti *Nederlandsch Indie*, *Geldig tot end met 31 Juli 1942* itu secara konotatif adalah pengakuan Pemerintah Hindia Belanda kepada Gerakan Islam. Pemaknaan ini diperoleh karena tanpa pengakuan tersebut, prangko amal Muhammadiyah tidak akan mendapat izin terbit dan dipergunakan sebagai bukti biaya pengiriman yang sah. Tulisan *Nederlandsch Indie* tidak akan diberikan pada produk yang tidak mendapatkan restu dari pemerintah.

Pemaknaan ini sejalan dengan tulisan pada *Suara 'Aisyiyah* edisi 8 Tahun XVI (1941). Seorang anggota *Hoofd Comite Prangko Amal Muhammadiyah* bernama As Hadisiswojo Solo menyampaikan sebuah “Seroean Soetji Franco ‘Amal Moehammadijah” dalam uraian yang panjang, yaitu sejumlah 6 halaman (hlm. 442-447). Dalam seruan itu, Hadisiswojo menyampaikan bahwa pada tahun 1941 Pemerintah Hindia Belanda akan mengeluarkan prangko amal yang dijual dengan harga tambahan. Harga tambahan tersebut diberikan kepada Muhammadiyah. Hal ini dijelaskan dalam paragraf berikut.

“... pada tahoen ini, oleh Pemerintah akan dikeloearkan Franco ‘Amal, didjoeal dengan tambahan, kelebihanannya akan diberikan kepada Moehammadijah. Dengan soeratnja Hoofd Bestuur P.T.T. Bandoeng No. 44968/A4, 29 November 1940 atas titah Padoeka Toeane Besar Goebornoer Djendral Hindia Nederland, maka Franco ‘Amal Moehammadijah itoe, akan

didjoeal besoek pada 22 September 1941, sampai 31 October 1941, bersetjoedjoean dengan 1 Romadon 1360 H. tIm 10 Sjawal 1360 H. atau terdjoeal selama 40 hari. Franco 'Amal Moehammadijah itu dapat berlakoe atau boleh dipakai oentoek beaja kirim-mengirim soerat sebagaimana biasa, selama 22 September 1941-31 Juli 1942 (10 boelan)" (Hadisiswojo, 1941: 442)

Kutipan di atas menjelaskan bahwa prangko amal Muhammadiyah dikeluarkan untuk Muhammadiyah dan kelebihan dari penjualannya akan diberikan kepada Muhammadiyah. Kutipan tersebut juga menjelaskan mengenai program prangko amal tersebut, yaitu oleh Hoofd Bestuur P.T.T. Bandoeng No. 44968/A4 tertanggal 29 November 1940, dan dilakukan atas perintah Paduka Tuan Besar Gubernur Jenderal Hindia Belanda. Kutipan di atas juga menyebutkan masa pemberlakuan prangko amal Muhammadiyah ialah selama 40 hari, yaitu 22 September 1941 sampai dengan 31 Oktober 1941 atau bertepatan dengan dengan 1 Ramadan 1360 H. hingga 10 Syawal 1360 H. Selain sebagai amal, kutipan tersebut juga menjelaskan bahwa prangko amal Muhammadiyah dapat digunakan sebagai tanda biaya pengiriman surat atau dokumen sejak 22 September 1941 hingga 31 Juli 1942 atau selama 10 bulan.

Dalam hal ini Muhammadiyah disebut sebagai persyarikatan bangsa yang pertama dan satu-satunya yang mendapatkan sokongan dari Pemerintah Hindia Belanda berupa prangko amal. Hal ini dijelaskan sebagai berikut.

"... Pemerintah, mengaroeniai kepertjajaan kepada Persjarikatan kita beroedjoed wang kelebihan dari pendjoealan Franco 'Amal kepada Persjarikatan kita Moehammadijah, satoe-satoenja Persjarikatan bangsa kita, jang terpimpin oleh bangsa Indonesier jang moela pertama diberi sokongan oleh Pemerintah beroedjoed Franco 'Amal Moehammadijah." (Hadisiswojo, 1941: 443).

Pada artikel tersebut juga ditegaskan bahwa program *fundraising* melalui prangko amal harus dijalankan dan dikelola dengan sebaik-baiknya untuk menghargai kepercayaan Pemerintah kepada Muhammadiyah (hlm. 443).

Pemaknaan bahwa tulisan *Nederlandsch Indie* dan *Geldig tot end met 31 Juli 1942* dalam prangko amal tersebut berarti pengakuan Pemerintah kepada Muhammadiyah juga diperkuat dengan adanya lagu "Prangko Amal" yang saat itu dinyanyikan oleh masyarakat. Lirik lagu tersebut menyebutkan bahwa prangko amal Muhammadiyah diterbitkan atas persetujuan Pemerintah. Saat ini lirik lagu tersebut masih dihafal oleh sebagian warga Muhammadiyah, baik yang mengalami masa itu, maupun generasi sekarang yang mempelajarinya. Pada masa sekarang, lirik lagu "Prangko Amal" yang terlengkap di antara sejumlah lirik yang beredar ialah lirik yang dinyanyikan oleh mantan Ketua Pimpinan Pusat 'Aisyiyah, Siti Hadiroh. Lirik yang dinyanyikan oleh Siti Hadiroh yang juga merupakan cicit pendiri Muhammadiyah itu dapat diikuti pada tayangan <https://www.youtube.com/watch?v=M6cjTXpMpHc&t=82s> (diunggah pada 8 Juli 2021) adalah sebagai berikut.

"Prangko Amal"

"Prangko amal, belilah prangko amal
Bantu dan belilah prangko amal
Dikeluarkan oleh Muhammadiyah

Sudah mendapat persetujuan pemerintah
Silakanlah, berbuat budi kebaikan
Membeli prangko 'tuk mendirikan gedung kita
Asal bersama-sama sedikit-sedikit menjadi bukit
Sekali mendayung dua pulau terlampaui
Maka beli dan beli lagi”

Usaha keras Muhammadiyah memasarkan prangko amal melalui berbagai cara tersebut mendulang kesuksesan. Zara (2016) menuliskan beberapa fakta sebagai berikut. Pertama, tulisan koran finansial berbahasa Belanda, Soerabaijasch Handelsblad pada 24 September 1941. “Verkoop van Moehammadijah Zegels. Groot Succes” atau ‘Penjualan Prangko Muhammadiyah sukses besar’. Tulisan koran tersebut menjelaskan bahwa baru dua hari diluncurkan, Muhammadiyah telah berhasil mengumpulkan 1.500 gulden dari penjualan prangko itu. *Kedua*, salah satu koran dengan oplah terbesar di Hindia Belanda, *De Indische Courant* (Surabaya), menempatkan berita promosi prangko amal Muhammadiyah di halaman pertama. Koran itu juga mengapresiasi nilai artistik prangko amal Muhammadiyah dengan tulisan salah satu jurnalisnya pada edisi 17 September 1941 sebagai berikut.

“Perangko-perangko itu tampak menarik dan memperlihatkan fase-fase berbeda dari perawatan yang dilakukan oleh para perawat dan mantri Indonesia. Namun, ada satu pengecualian, yakni perangko 15 sen, di mana seorang Jawa memegang erat huruf V, simbol kemenangan. Sebuah tindakan simpatik dari Muhammadiyah!” (dalam Zara, 2016)

Berdasarkan tanda-tanda yang terdapat dari prangko tersebut dan kesesuaian dengan sejumlah tulisan, iklan, serta berbagai respons yang dipaparkan di atas, dapat diketahui bahwa prangko tersebut memiliki makna konotasi yaitu diperolehnya pengakuan terhadap gerakan filantropi Islam. Semula prangko amal yang diinisiasi gerakan Islam ini tidak ada, kemudian menjadi ada dan sukses. Hal ini berkat pengakuan dan kepercayaan yang diberikan oleh pemerintah.

Profesionalitas Filantropi Islam

Dalam ranah konotatif, bervariasinya tulisan nominal prangko amal Muhammadiyah (yaitu 2 Cent, 3½ Cent, 7½ Cent, 10 Cent, dan 15 Cent) tidak sekadar menunjukkan harga prangko, melainkan menunjukkan adanya banyak konsep dan pertimbangan dalam proses produksinya. Bervariasinya harga menunjukkan adanya pemahaman terhadap beragamnya kebutuhan masyarakat akan prangko sebagai tanda biaya pengiriman surat maupun dokumen. Dengan kata lain, penyebutan nominal yang bervariasi dalam prangko tersebut menunjukkan profesionalitas dan modernitas filantropi Islam. Penambahan harga di setiap prangko juga menunjukkan perhitungan matematis dari capaian keuntungan yang akan didapat dengan misi PKO (*Penolong Kesengsaraan Oemoem*).

Pemaknaan konotatif mengenai *profesionalitas filantropi Islam* ini diperkuat dengan penjelasan berikut.

1. *Jang harga f 0,02 oentoek keperloeian mengirinkan drukwerken (soerat-soerat tjetakan) ditambah toeslag 'amal f 0, 01 djadi didjoewal f. 0.03.*
2. *Jang harga f 0,03½ oentoek briefkaartnja sendiri, ditambah toeslag 'amalf 0,01½ djadi didjoewal f 0,05.*

3. *Jang harga f 0,07½ digoenakan oentoek postbald, atau oentoek penambah ongkos kirim soerat dengan kapal oedara, ditambah toeslag 'amal f 0,02½ djadi didjoeal f 0,10, bila mana Toean-toean ingin membeli franco jang berharga f 0,07½ goena postbald itoe, maka kita nanti akan sedia postbald jang ta' berfranco biasanja didjoeal setengah sen, dan kita diberi franco sendiri, akan kita djoeal hanja f 0,10 sahadja.*
4. *Jang harga f 0,10 oentoek keperloean mengirinkan soerat-soerat biasa jang berkoempoel seberat-beratnja 20 Gr. ditambah toeslagh 'amal f 0,02½ djadi dijoeal f 0,12½.*
5. *Jang harga f 0,15, oentoek keperloean soerat-menjoerat keloear Negeri, oempama: ke China, Singapore, Hindoestan, Australia, Amerika, Europa, Mesir, Hidjaz, dan lain-lain tempat di seloeroeh doenia, ditambah toeslag 'amal f 0,05 djadi didjoeal f 0,20."* (Hadisiswojo, 1941: 444-445).

Kutipan di atas menunjukkan adanya penjelasan detail dan profesional dalam menjalankan program prangko amal. Prangko dengan harga 2 cent diperuntukkan bagi pengiriman surat, dijual dengan biaya amal 1 cent sehingga total harganya adalah 3 cent. Prangko dengan harga 3½ cent diperuntukkan bagi pengiriman *briefkaart* atau kartu pos, dijual dengan biaya amal 1½ sehingga total harganya adalah 5 cent. Prangko dengan harga 7½ cent diperuntukkan bagi pengiriman surat dengan pesawat, dijual dengan biaya amal 2½ cent sehingga total harganya adalah 10 cent. Panitia juga memberi pilihan apabila ada yang menginginkan biaya pengiriman surat tanpa prangko dengan harga 10 cent, sudah termasuk biaya amal. Selanjutnya, kutipan tersebut menjelaskan prangko dengan harga 10 cent diperuntukkan bagi pengiriman surat yang beratnya 20 gram, dijual dengan biaya amal 2½ cent sehingga total harganya adalah 12½ cent. Terakhir, kutipan di atas menjelaskan prangko dengan harga 15 cent diperuntukkan bagi pengiriman surat ke luar negeri, seperti Cina, Singapura, India, Australia, Amerika, Eropa, Mesir, Hijaz, dan lain-lain, dijual dengan biaya amal 5 cent sehingga total harganya adalah 20 cent.

Tulisan tersebut juga mengemukakan secara detail operasional penggunaan prangko, waktu pelaksanaan, serta penjelasan teknis lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pada waktu itu, meskipun terjadi sebelum kemerdekaan, gerakan filantropi Islam ini telah terorganisasi dengan rapi dan maju dalam koordinasi *Hoofd Comite Franco 'Amal Moehammadijah*. Pemesanan dilakukan pada subkomite prangko amal yang ada di setiap grup dan cabang Muhammadiyah.

Pendukung pemaknaan lainnya terkait profesionalitas di balik tulisan nominal 2 Cent, 3½ Cent, 7½ Cent, 10 Cent, dan 15 Cent ialah iklan prangko amal Muhammadiyah di *Suara 'Aisyiyah*. Iklan yang sama persis dimuat pada edisi No. 1 Tahun XVII (1942) dan edisi No. 2 Tahun XVII (1942) itu menyebutkan bahwa prangko amal Muhammadiyah masih dijual dan berlaku dengan harga prangko dan amal yang tetap. Profesionalitas filantropi juga ditunjukkan dalam iklan tersebut dengan kata-kata, "*Pesan sekarang f5,- ongkos kirim vrij. Blanco brifkaart boleh dimintak. Pesanan kepada H.B. Moehammadijah Djokjakarta.*" Pada bagian iklan yang lainnya, profesionalitas ini kembali ditunjukkan dalam pengelolaan prangko amal Muhammadiyah, yaitu iklan di *Suara 'Aisyiyah* No. 1 Tahun XVII (1942) yang penuh satu halaman. Iklan ini menunjukkan bahwa ada penghitungan secara profesional yang cukup detail dari komite prangko, yaitu "*Tiap-tiap pesenan dengan tambah ongkos kirimnja f 0,12½. Pesenan moelai seharga f 5,- ongkos kirim dipikoel oleh H.B. Moehammadijah*".

Sikap profesional ini kembali disampaikan dengan penegasan Hadisiswojo, 1941: 445, "*Sesoenggoehnja Moehammadijah itoe seolah-olah hanja sebagai badan penerima sahadja, dan badan*

pelajan goena memoetar wang sebanjak itoe, jang keperloeannya oentoek oemoem.” Lebih dari itu, adanya *time line* sebagai penanda profesionalitas gerakan filantropi ini juga disampaikan, yaitu *hingga Juli 1942 dan akan dikirim secara total ke Hoofd Bestuur P.T.T. dienst di Bandung*. Hal ini juga menunjukkan pekerjaan yang amat tertata pada masa itu.

Muslim di Indonesia dan di beberapa belahan dunia lainnya sejak lama telah mempraktikkan berbagai bentuk filantropi, seperti zakat mal, zakat fitrah, sedekah, infak, dan wakaf. Filantropi tersebut pada mulanya dipraktikkan sebagai pemberian yang bersifat pribadi secara langsung dan tidak dikelola secara profesional. Dengan praktik sederhana tersebut, penyelenggaraan penggalangan dana melalui prangko amal Muhammadiyah ini menunjukkan adanya kreativitas dalam filantropi gerakan Islam.

Keberadaan prangko tersebut juga dapat dimaknai sebagai cara Muhammadiyah menyesuaikan diri dengan revolusi komunikasi yang tengah melanda dunia saat itu. Filatelis Belanda, O. J. Raap menyebutkan bahwa di Hindia Belanda pada awal abad XX, pengiriman kartu pos dengan perangko sama populernya dengan mengirim SMS atau WhatsApp di zaman sekarang. Prangko amal Muhammadiyah menunjukkan modernisasi cara beramal yang menyesuaikan dengan perkembangan teknologi komunikasi kala itu. Melalui prangko, gerakan filantropi Muhammadiyah memiliki jangkauan yang luas, melintasi batas-batas bangsa dan Negara (Zara, 2016). Berdasarkan pemaparan tekstual dan konteks pada saat prangko tersebut diproduksi, profesionalitas filantropi Islam dapat termaknai dari prangko amal tersebut.

Aksi Kemanusiaan dari Masyarakat Umum untuk Masyarakat Umum

Dalam ranah konotatif, variasi warna, orang-orang, aksi, dan ekspresi pada prangko amal Muhammadiyah tidak hanya dibuat sekadar untuk keindahan dan keunikan sebuah benda kecil yang diperjualbelikan. *Multiwarna prangko* yang meliputi lima warna, yaitu hijau, coklat, ungu, merah, dan biru, menggambarkan keragaman berbagai konsep, misalnya latar-belakang, sasaran, sumber dana, dan sebagainya. Orang-orang yang menjadi gambar pun perlu untuk dimaknai lebih jauh. Prangko amal Muhammadiyah tidak memilih gambar tokoh penting negeri ini, gambar pemandangan, maupun gambar lain yang mencirikan pemerintahan Hindia Belanda. Prangko ini memilih memuat aksi berbagai jenis pihak yang sedang membantu dan berbagai jenis pihak yang sedang dibantu.

Gambar-gambar ini tentu sejalan dengan tema PKO yang dalam pembahasannya denotatif di atas telah dijelaskan sebagai *Penolong Kesengsaraan Oemoem*. Profil tenaga kesehatan laki-laki dan perempuan, orang sakit, orang miskin, anak-anak tanpa orang tua, dan seorang pekerja merupakan gambaran aksi amal kemanusiaan sesamanya. Semua itu tidak hanya ditampilkan dalam bentuk orangnya, melainkan juga dalam aksi dan ekspresi yang mereka lakukan. Keragaman di atas menggambarkan sebuah kesan bahwa gerakan filantropi melalui prangko ini dilakukan oleh Muhammadiyah untuk sasaran masyarakat umum dan dananya pun dihimpun dari masyarakat umum.

Masyarakat Umum yang Membantu

Pada bagian sebelumnya telah disebutkan bahwa Gubernur Jenderal Pemerintah Hindia Belanda memberikan sokongan dalam gerakan ini. Sejumlah tokoh juga mendukung komite untuk melaksanakan gerakan kemanusiaan melalui prangko ini. Informasi ini terdapat dalam tulisan *seroean sutji* yang dimuat di *Suara 'Aisyiyah* No. 8 Tahun XVI (1941).

“Oentoek memperlindoengi Hoofd Comite Franco ‘Amal Moehammadiyah, maka kita telah beroentoeng dapat berschermheer, 1- S.I.K Soesoehoenan XI, di Soerakarta, 2- Ng. S.I.K. Sultan IX di Mataram, serta 3- Prof. K.P.P.A. Hoesein Djajadiningrat di Batavia.” (Hadisiswojo, 1941: 442).

Kutipan di atas menjelaskan pihak-pihak yang membantu pelaksanaan filantropi melalui prangko amal Muhammadiyah, yaitu S.I.K Soesoehoenan XI di Soerakarta, Ng. S.I.K. Sultan IX di Mataram, serta Prof. K.P.P.A. Hoesein Djajadiningrat di Batavia. Selain nama-nama tersebut, banyak pihak yang bergerak untuk menyukseskan penjualan prangko ini. Pihak-pihak tersebut, dituliskan sebagai berikut.

“...perkoempoelan kebangsaan kita dan perkoempoelan Islam, saudagar-saudagar kita dari industrie tenoen, batik, rokok, producten dan persoon-persoon dari kaoem autoriteiten, particulieren, pemimpin-pemimpin kita, didalam soerat-menjoerat, selama 40 hari dalam pendjoelan Franco ‘Amal Moehammadiyah itoe akan bersama-sama menggoenakan franco ‘amal kita.” (Hadisiswojo, 1941: 443).

Pihak-pihak pendukung prangko amal Muhammadiyah dalam kutipan itu adalah organisasi kebangsaan, organisasi Islam, saudagar dalam industri tenun, batik, rokok, produsen dan orang-orang yang berasal dari pihak yang berotoritas, pribadi, dan pemimpin-pemimpin. Dengan demikian, walaupun secara tekstual prangko ini bertuliskan Muhammadiyah, tetapi secara visual yang memuat keragaman orang-orang yang membantu justru dekat dengan fakta ekstensif dari sumber yang lain.

Masyarakat Umum yang Dibantu

Pemaknaan dan argumen mengenai “keumuman” pihak yang membantu dan dibantu sebagaimana dalam gambar prangko amal Muhammadiyah tersebut diperkuat dengan kata *untuk umum* ini disebut berkali-kali dalam tulisan Hadisiswojo (1941), terutama pada halaman 445 dan 446. Paragraf yang paling dasar dalam persoalan “keumuman” sasaran ini terdapat dalam kutipan berikut.

*“Dan kita haroes ingat bahwa wang keoentoengan Franco ‘Amal itoe oentoek keperluan oemoem, ja’ni: orang-orang atau anak-anak, laki-laki atau perempuan, ta’ pandang bangsa, ta’ pandang agama, ta’ pandang geperombolan sarikat atau partijnya, tetapi bila mana mereka itoe menderit a. **sakit**, kita bela dalam roemah sakit, b. **miskin**, kita sediakan roemah miskin dan kita toentoen tjara pekerdjaan jang dapat menoentoen peripenghidupanja, c. **anak piatoe**, kita perlihara djasmani dan rohaninja, dan kita sediakan roemah jatim.”* (Hadisiswojo, 1941: 445).

Ditekankan dalam tulisan itu bahwa bantuan kemanusiaan yang akan diberikan tidak akan memandang perbedaan bangsa, agama, kelompok, dan partainya. Pertolongan kemanusiaan pada prangko amal ini difokuskan pada tiga hal, yaitu orang yang sakit, orang yang miskin, serta anak yang yatim piatu. Penjelasan ini sesuai dengan profil pihak-pihak yang dibantu dalam prangko amal Muhammadiyah tersebut.

Keterlibatan Perempuan dan Laki-laki

Jika melihat pada sejumlah pihak yang membantu dan dibantu dalam prangko amal Muhammadiyah, tidak dapat dimungkiri adanya keterlibatan yang seimbang antara perempuan dan laki-laki. Tenaga kesehatan digambarkan dengan profil perempuan dan laki-laki, demikian pula dengan orang-orang yang perlu ditolong juga merupakan profil perempuan dan laki-laki.

Dari sisi pendukung gerakan ini, perempuan juga memiliki andil yang sangat besar. Di atas telah dikemukakan bahwa istri Gubernur Jenderal juga mendukung gerakan ini. Selain itu, terdapat seruan untuk membeli prangko ini yang secara eksplisit ditujukan kepada laki-laki dan perempuan.

“Toean-toean dan sitti-sitti jang terhormat! Kiranya diantara toean-toean dan sitti-sitti telah mendengar dan membatja tentang pengemoeman, bahwa pada tahoen ini, oleh Pemerintah akan dikeloearkan Franco ‘Amal...” (Hadisiswojo, 1941: 442)

“...pertjyalah hati kita terhadap akan bantoean dari sekalian bangsa, perkoempoelan-perkoempoelan bangsa kita serta toean-toean dan njonja-njonja pendoeoek diatas tanah kita seloeroehnya.” (Hadisiswojo, 1941: 444).

“Toean-toean dan njonja-njonja Jth. Memang soedah biasa, bahwa sekalian franco ‘amal itoe mseti haroes pakai tambah”. (Hadisiswojo, 1941: 445).

Kutipan di atas memilih diksi *sitti-sitti* dan *njonja-njonja* dengan penyebutan khusus yang menunjukkan adanya penghargaan terhadap entitas perempuan yang terpisah dari entitas laki-laki. Secara khusus, keterlibatan perempuan dalam gerakan ini tampak dalam keterlibatan *Suara ‘Aisyiyah* dalam menyosialisasikan prangko ini. Pada edisi 8 Tahun 1941, *Suara ‘Aisyiyah* menurunkan iklan eksklusif tentang prangko ini. Perangko bergambar seorang perempuan dewasa mengenakan jilbab busana muslimah mengelus kepala seorang anak laki-laki. Di belakang perempuan dan anak itu ada matahari bersinar. Iklan dilengkapi kalimat yang berbunyi sebagai berikut.

“Silakan bantoe dan beli Franco Amal Moehammadijah. Kaoem ‘Aisijah oemoemnja dan pematja S.A. choesoensja haraplah menggoenakan franco Moehammadijah ini dan membantoe menawar-nawarkan sehingga orang banjak poen memakai franco amal itoe. Amal kebaikan perloelah kita semangatkan dan kita adjak-adjakan, apalagi dengan membeli franco sambil beramal itoe.” (*Suara ‘Aisyiyah*, No. 8 Tahun XVI, hlm. 457)

Kalimat dalam kutipan di atas menunjukkan bahwa *‘Aisyiyah* dan pembaca *Suara ‘Aisyiyah* diajak untuk membantu menawarkan prangko amal Muhammadiyah sehingga banyak orang yang berkontribusi. Penyebutan *‘Aisyiyah* tersebut menunjukkan keterlibatan perempuan dalam gerakan ini. Selain itu, keterlibatan perempuan dalam gerakan filantropi ini terlihat jelas dalam dokumen terbitan *Suara ‘Aisyiyah* pada tahun 1941-1942. Dokumen-dokumen itu menyebutkan bahwa *‘Aisyiyah* sangat giat mempromosikan dengan kalimat menarik agar pembacanya berkontribusi dalam gerakan kemanusiaan Muhammadiyah melalui prangko. Di majalah ini pula komite prangko amal Muhammadiyah diberi ruang untuk menyampaikan seruannya mengenai prangko amal ini. Tak hanya itu, *‘Aisyiyah* juga mempromosikan melalui berbagai acara besar dan mengajarkan lagu promosi yang dihafal oleh anak-anak di berbagai acara. Komite Prangko Amal yang dilindungi oleh tokoh-tokoh berpengaruh juga sangat aktif mempromosikan prangko di daerah masing-masing. Saat itu promosi agar masyarakat membeli prangko ini sangat gencar, baik melalui berbagai pertemuan

maupun melalui keterlibatan tokoh-tokoh penting (*Suara 'Aisyiyah*, 2021).

Berbagai penguat di atas memperjelas data bahwa terdapat keragaman pihak-pihak yang terlibat dalam menyukseskan gerakan filantropi melalui prangko amal Muhammadiyah. Keragaman itu secara konotatif tergambar dalam imaji yang terdapat dalam prangko tersebut.

Wujud Spritualitas dan Ibadah Sosial

Terdapat dua imaji denotatif dalam prangko amal tersebut yang dapat memunculkan pemaknaan konotatif. *Pertama*, imaji tekstual pada kata *Moehammadijah* dan imaji visual terhadap dua perempuan yang menggunakan penutup kepala atau jilbab. Keduanya menghadirkan makna gerakan yang bernapaskan keagamaan Islam. Dalam spirit organisasi Muhammadiyah, seluruh perjuangan melalui prangko amal ini, mulai dari (i) menegosiasikan penerbitan prangko amal Muhammadiyah ini kepada Pemerintah Hindia Belanda; (ii) mengorganisasikan penjualannya dengan sangat profesional; serta (iii) penggunaan dana kemanusiaan yang tanpa pandang bulu, digerakkan oleh spiritualitas dan ibadah sosial.

Hal ini terlihat pada kutipan berikut.

"Sedangpoen kita sama tahoe, bahwa harga Franco 'Amal itoe, sebagaimana namanja. Jalah Franco jang didjoewal dengan tambahan toeslag 'amal. Artinja; orang jang membeli Franco itoe memang sengadja berboeat 'amal baik, dengan meringankan hati menambah wang pembelian dari harga franco jang pokok, wang tambahan itoelah: toeslag amal." (Hadisiswojo, 1941: 443)

"Sjoekoer dan gembira, karena Toehan Ilahi Robbi telah menggerakkan perasaan djiwa Pemerintah, mengaroeniai kepertjajaan kepada Persjarikatan kita..." (Hadisiswojo, 1941: 443)

"... was-was kita telah lepas berganti dengan djiwa jang penoeh kepertjajaan dan kejakinan bahwa Toehan tetap ada pada kita, Toehan tetap akan menolong oesaha kita..." (Hadisiswojo, 1941: 444).

*"..sekalian amal itoe mesti diberi sedia pahala oleh Toehan. Memang, sekalian 'amal itoe, meskipun sedikit ada pahalanya." *(Hadisiswojo, 1941: 445).*

Keempat kutipan di atas menunjukkan adanya sebuah kesadaran beramal dan sikap ikhlas karena semua yang dilakukan dengan program penjualan prangko amal Muhammadiyah tersebut bersandarkan pada Tuhan. Khusus mengenai spirit ibadah dalam pembelian prangko amal ini, *Suara 'Aisyiyah* telah menuliskannya dalam sebuah advertorial penuh dengan teks. Iklan yang dimuat pada *Suara 'Aisyiyah* edisi No. 1 Tahun XVII (30 Januari 1942, hlm. 11) itu berbunyi sebagai berikut.

"Masih didjoel dan berlakoe. Silahkan bantoe dan belilah franco amal Moehammadijah. Didjoel selama 22 Sept. sampai 31 October 1941, berlakoe sampai 31 Juli 1942. Memperbanjak 'amal kebaikan yang berfaedah kepada oemoem dengan menggoenakan Franco 'Amal. Assalamoe'alaikum warahmatoellahi wabarakatoeh. Dengan segala hormat. Mengharap akan selaloe menggoenakan Franco 'Amal Moehammadijah, selama masih didjoel dan berlaku (samai 31 Juli 1942). Sedikit-sedikit bantoean dalam tiap-tiap menggoenakan Franco 'Amal Moehammadijah itoe, akan berboeah besar bagi kemaslahatan 'oemoem. Maka

silahkan memesan dan membeli Franco 'Amal dengan sebanjak moemkin, oentoek dipakainja sendiri dan didjoealnja poela (bagi menambah dan memperbanjak orang ber-'amal). Pesenan Franco 'Amal Moehammadiyah, sekarang ini langsung kepada: Hoofbestuur Moehammadiyah Djokjakarta"

Gambaran mengenai spiritualitas dan ibadah sosial pada teks di atas sejalan dengan prinsip dasar Muhammadiyah, yaitu tauhid. Muhammadiyah memiliki keyakinan bahwa posisi Tuhan adalah sebagai *ma'bud* (yang disembah) dan posisi manusia adalah sebagai *'abid* (yang menyembah). Hubungan itu akan tercipta dengan ibadah yang didasarkan pada tauhid. Prinsip tauhid ini dijelaskan dalam "Pedoman Hidup Islami Warga Muhammadiyah" yang menyebutkan bahwa tauhid kepada Allah harus dilakukan secara benar, ikhlas, dan penuh dengan ketundukan. Pedoman tersebut juga menjelaskan tentang prinsip ibadah warga Muhammadiyah, di antaranya menjauhkan diri dari jiwa dan nafsu yang buruk serta memiliki kepribadian saleh yang menghadirkan kedamaian dan kemanfaatan bagi sesama." (Ruslana, 2016). Spiritualitas dan ibadah dalam pedoman tersebut melanjutkan prinsip beragama yang dimiliki oleh pendiri Muhammadiyah, yaitu Ahmad Dahlan yang terdiri atas ilmu (pengetahuan), amal (pelaksanaan), *tahaqquq* (penghayatan), *wajd* (perasaan), dan *fanā'* (peleburan) (Sa'adillah, 2019).

Retorika konotasi prangko amal Muhammadiyah yang merupakan sekumpulan konotator (penanda-penanda konotasi) terbukti berurusan dengan penciptaan ideologi (*the signifying aspect of ideology*). Retorika tersebut bervariasi, tergantung pada substansinya. Pemaknaannya terikat dengan denotasi yang sudah dijelaskan sebelumnya karena wacana tidak akan ada tanpa denotasi (Barthes, 2010: 37-40). Dengan demikian, retorika konotasi prangko amal Muhammadiyah dari keseluruhan unsur imaji denotasinya ialah pengakuan Pemerintah Hindia Belanda kepada gerakan Islam; profesionalitas filantropi Islam; aksi kemanusiaan dari masyarakat umum masyarakat umum; dan wujud spritualitas dan ibadah sosial. Pemaknaan tahap kedua itu melekat dengan tanda-tanda eksplisit yang terdapat dalam penampilan visual prangko amal Muhammadiyah secara denotatif. Pemaknaannya juga dibantu dengan teks pendukung yang diproduksi pada masa diproduksi, disosialisasikan, dan diberlakukannya prangko tersebut.

Mitos: Kultur Kolektif

Ranah terakhir atau ketiga dalam rangkaian pemaknaan ini ialah ranah mitos. Pemaknaan pada ranah ini tidak lagi melihat prangko sebagai tanda biaya pengiriman surat atau dokumen. Pemaknaan ini juga tidak melihat lagi pada unit-unit analisis yang memiliki makna berbeda dari makna aslinya, baik secara denotatif maupun konotatif. Tahap ini melihat dalam hubungan yang sangat jauh antara makna dengan unit analisis sehingga diperoleh jawaban mengapa prangko amal Muhammadiyah yang sudah kuno ini masih diperbicangkan pada zaman sekarang.

Data pada tahapan ini diperoleh dari ekspresi dan penyampaian pandangan terhadap prangko amal Muhammadiyah yang terdapat pada masa kini. Sebagaimana yang telah disebutkan di atas, hingga 80 tahun terbitnya prangko amal Muhammadiyah (pada tahun 2021), masih saja prangko tersebut digunakan dan dijadikan pembahasan. Di antara bentuk eksistensi prangko tersebut pada masa kini adalah (i) masih diperjualbelikan sebagai dokumen sejarah; (ii) masih digunakan sebagai sampul buku dan majalah bertema filantropi; (iii) masih dibahas mendalam secara ilmiah, baik dalam jurnal, tulisan populer, maupun tayangan; (iv) masih dinyanyikan dalam beberapa lomba dan tayangan lembaga serta tayangan individual; dan (v) masih digunakan sebagai ikon komunitas dan

media sosial resmi persyarikatan Muhammadiyah.

Berdasarkan ekspresi yang diperoleh dari beberapa hal di atas, diperoleh dua mitos atau kultur kolektif yang dapat menjawab mengapa prangko amal Muhammadiyah itu masih diperbincangkan keberadaannya hingga saat ini.

Kultur Kolektif: Keberlanjutan untuk Mengelola Filantropi Secara Terorganisasi

Pembahasan prangko amal Muhammadiyah dalam berbagai media pada zaman ini menunjukkan adanya upaya agar spirit filantropi Islam yang dilakukan oleh Muhammadiyah dapat berlanjut dan dipahami oleh generasi sekarang. Hal ini bukan hanya sekadar pemaparan sejarah masa lampau pada masa sekarang, melainkan untuk memahami esensi teologis yang diteguhkan sebagai dasar. Pada tayangan RadioMu bekerja sama dengan Museum Muhammadiyah mengemuka sejumlah persoalan mengenai berfilantropi dengan pengelolaan yang terorganisasi, yaitu dalam acara Kisah Sang Pencerah yang bertajuk “Prangko Amal Muhammadiyah: Sebuah Fragmen Amal dan Perjuangan”. Tayangan yang dilakukan pada Jumat, 21 Agustus 2020 melalui dua *channel* (<https://youtu.be/INrq6lOjRtM> dan https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=591487051533987&id=597697073659776) itu menguraikan bahwa prangko amal merupakan peninggalan ilmu dan edukasi bagi masyarakat masa sekarang.

Prangko ini juga disebut dalam tayangan tersebut sebagai bukti eksistensi perjuangan Muhammadiyah yang terorganisasi, mulai dari bernegosiasi, berkoordinasi, berkomunikasi, melakukan promosi melalui media, *fundraising* dengan cara yang inovatif, melakukan penyebaran lintas Negara, dan menggerakkan struktur pusat sampai ranting. Terorganisasinya Muhammadiyah ini dikemukakan sebagai gerakan yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat zaman itu karena teknologi yang masih terbatas. Penampilan visual prangko amal Muhammadiyah yang hanya berupa tulisan dan gambar yang masih diperbincangkan hingga saat ini menunjukkan eksistensi Muhammadiyah sebagai organisasi, baik di kalangan pemerintah maupun masyarakat.

Tayangan tersebut juga mendapatkan respons dari masyarakat yang memandang persoalan prangko amal Muhammadiyah sebagai rintisan keorganisasian masa lalu sekaligus rangkaian kesejarahan. Pembahasan prangko amal Muhammadiyah dari masa lalu kepada masyarakat masa sekarang adalah sebagai upaya memberi inspirasi perjuangan yang inovatif. Prangko amal tersebut membuat keorganisasian Muhammadiyah dalam mengelola filantropi tidak terlepas dari spiritnya sejak dahulu, sekarang, dan akan datang. Salah satu komentar menyebutkan, “Muhammadiyah pada 1940 sudah melakukan korespondensi geografi, termasuk antar-pulau. Ini membuktikan bahwa Muhammadiyah membangun komunikasi yang baik antara pimpinan dan anggotanya.”

Sementara itu, dari kolom komentar terhadap prangko amal Muhammadiyah pada media sosial resmi Muhammadiyah sebagaimana yang telah disebut pada bagian sebelum ini, terlihat bahwa prangko amal Muhammadiyah tersebut merupakan hal baru bagi masyarakat sekarang. Banyak generasi sekarang yang tidak tahu mengenai keorganisasian Muhammadiyah dalam mengelola prangko amal tersebut. Bagi sebagian masyarakat yang berkomentar, prangko amal Muhammadiyah masa lalu yang dihadirkan kembali pada masa kini mengingatkan akan konsep *Penolong Kesengsaraan Oemoem* (PKO). Program ini dianggap membawa manfaat yang diterima langsung oleh masyarakat berkat keorganisasian yang profesional dari Muhammadiyah. Sebagian masyarakat yang berkomentar terhadap penampilan prangko amal Muhammadiyah itu menyampaikan bahwa prangko itu adalah bukti pengakuan pemerintah Hindia Belanda kepada Muhammadiyah.

Hal ini selaras dengan pembahasan prangko amal yang merupakan tayangan Youtube mantan Ketua Pimpinan Pusat 'Aisyiyah, Siti Hadiroh, pada <https://www.youtube.com/watch?v=M6cjTXpMpHc&t=82s> (diunggah 8 Juli 2021). Dalam tayangan itu, keorganisasian Muhammadiyah dalam gerakan filantropi dijelaskan memiliki kemampuan bekerja sama dengan pemerintah; kemampuan mengorganisasi seluruh struktur Muhammadiyah; serta kemampuan sosialisasi kepada publik. Kemampuan pengelolaan filantropi yang terorganisasi dengan baik tersebut membuat Muhammadiyah memiliki fasilitas yang memadai untuk melakukan dakwah Islam, terutama kemanusiaan.

Kultur Kolektif: Keberlanjutan untuk Beragama dengan Bahagia

Prangko amal dimaknai oleh orang-orang pada masa sekarang sebagai sebuah cara beragama dengan bahagia. Kebahagiaan itu terbentuk karena dapat (i) beramal kepada semua kalangan; (ii) memperoleh kesempatan yang sama (antara laki-laki dan perempuan); serta (iii) mengekspresikan keberagamaannya dalam seni. *Pertama*, mengenai kebahagiaan dalam beramal kepada semua kalangan. Selain sebagai bagian dari spiritualitas ibadah yang bersandarkan kepada Sang Pencipta, kebahagiaan juga tumbuh ketika memberi. Hal ini dijelaskan dalam tayangan Siti Hadiroh sebagaimana yang disebutkan di atas. Tayangan itu menegaskan bahwa kebahagiaan itu ada karena memberi, bukan meminta. Kebahagiaan diperoleh bukan dengan tangan menengadahkan, melainkan dengan berpikir strategis agar menghasilkan dana. Sikap yang demikian dilakukan dengan bersandar pada sikap ikhlas dan amanah yang diajarkan oleh pendiri Muhammadiyah, K. H. A. Dahlan. Ini juga sejalan dengan respons netizen terhadap penggunaan prangko amal Muhammadiyah dalam media sosial resmi Muhammadiyah, yaitu keberkahan dari Allah.

Kedua, mengenai kebahagiaan dalam memperoleh kesempatan yang sama untuk berkiprah, baik laki-laki maupun perempuan. Hal ini tampak pada *Suara 'Aisyiyah* edisi 5, Mei 2021 yang mengambil tema "Dakwah Filantropi Berkeadilan Sosial". Dalam majalah yang mengambil sampul prangko amal Muhammadiyah yang bergambar perempuan itu, yaitu nominal 7½ cent berwarna ungu dan 10 cent berwarna merah, *Suara 'Aisyiyah* menjelaskan tentang perlunya perempuan berkiprah kepada masyarakat dan bahwa perempuan serta laki-laki memiliki kewajiban yang sama untuk melakukan dakwah filantropi berkeadilan sosial. Ini sejalan dengan tulisan dalam laman *Suara 'Aisyiyah* dan *Suara Muhammadiyah* yang telah diuraikan pada bagian awal tulisan ini.

Kesempatan yang sama antara perempuan dan laki-laki juga mengemuka pada diskusi mengenai prangko amal Muhammadiyah yang ditayangkan oleh RadioMu bekerja sama dengan Museum Muhammadiyah. Dalam tayangan tersebut, perempuan dan laki-laki dijelaskan perlu berkiprah kepada masyarakat sebagaimana dahulu telah dilakukan oleh perempuan dan laki-laki yang terlibat dalam amal Muhammadiyah melalui amal kepada fakir miskin, orang sakit, anak yatim, perempuan, dan sebagainya. Perempuan juga terlibat pada berbagai model *fundraising* dan terus menggali makna teologis Alquran surat al-Maun sejak dahulu hingga sekarang. Tayangan tersebut sekaligus menggarisbawahi bahwa perjuangan perempuan dan laki-laki pada dakwah kemanusiaan merupakan *khitah* perjuangan Muhammadiyah yang harus dirawat.

Ketiga, mengenai kebahagiaan mengekspresikan keberagaman dengan seni. Dalam tayangan Youtube Siti Hadiroh di atas dijelaskan adanya lagu yang mengajak untuk bergembira dalam beragama melalui lagu "Prangko Amal". Lagu tersebut dinyanyikan di kampung-kampung oleh anak-anak, bahkan dilombakan secara meriah. Tayangan tersebut juga menceritakan suasana *gembira*

yang dirasakan dalam proses sosialisasi dan promosi pada 1941 itu. Kebahagiaan ini dicoba untuk diulang kembali dalam lomba paduan suara yang diselenggarakan pada masa sekarang dengan menyanyikan lagu “Prangko Amal”. Lomba ini menduplikasi kegembiraan dalam gegap-gempitanya suasana sosialisasi dan promosi prangko amal pada masa lalu. Tayangan perlombaan dan nyanyian prangko amal ini dapat dilihat pada tayangan <https://www.youtube.com/watch?v=O9ZLMS8SiTY> dari Pimpinan Ranting Nasyiatul ‘Aisyiyah Lesmana (diunggah 11 Maret 2019) dan https://www.youtube.com/watch?v=8h_41Uf04rU dari Ikatan Guru TK Aisyiyah Bustanul Athfal (IGABA) Ajibarang Banyumas (diunggah 24 Juni 2019). Sejumlah komentar dari tayangan Youtube tersebut memperlihatkan antusiasme terhadap teks lagu prangko amal Muhammadiyah.

Kedua hal yang telah diuraikan di atas, yaitu pemaknaan prangko amal Muhammadiyah pada masa sekarang merupakan bentuk kultur kolektif yang dalam istilah Roland Barthes disebut dengan mitos. Kedua mitos tersebut merupakan representasi kolektif atau sesuatu yang dideterminasi oleh wacana sosial. Kedua mitos itu merupakan refleksi yang terjadi secara natural yang bersifat wajar atau lumrah. Dua mitos yang hadir pada konteks kontemporer tersebut bersifat diskontinu atau dapat berubah dalam berbagai kondisi. Penelitian ini telah menghadirkan mitos sesuai dengan langkah semiologi yang bekerja menjelaskan keterhubungan antara imaji denotasi dan retorika konotasinya (Barthes, 2010: 171-176).

Pembahasan dari awal tulisan ini menunjukkan bahwa makna memang tidak pernah hadir secara tunggal. Prangko yang berfungsi sebagai tanda biaya pengiriman sebuah surat atau dokumen, memiliki makna khusus pada imaji visual yang ditampilkan. Prangko amal Muhammadiyah juga memiliki makna konotasi pada masyarakat penggunanya, yaitu pada zaman digunakannya prangko tersebut. Selanjutnya, pada masa yang jauh, yaitu masa sekarang, prangko amal Muhammadiyah hadir sebagai mitos keberlanjutan spirit filantropi berkeadilan sosial dan spirit kebahagiaan dalam beragama.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan sejak bagian awal hingga akhir tulisan ini, diperoleh beberapa pemaknaan prangko amal Muhammadiyah sesuai dengan tahapannya. Tulisan ini diawali dengan penjelasan mengenai keberadaan prangko amal Muhammadiyah sebagai bukti pembayaran biaya pengiriman surat atau dokumen kemudian dilakukan pengungkapan imaji denotasi; pengungkapan retorika konotasi; dan pengungkapan mitos sebagai kultur kolektif. Tiga tahap tersebut dilalui dalam rangka menggali pemaknaan prangko amal Muhammadiyah sebagai unit analisis kebahasaan dan visual serta dalam rangka menggali pemaknaan prangko tersebut sebagai unit analisis mitos.

Pertama, pada tahap mengungkap imajinasi denotasi ditemukan bahwa prangko amal Muhammadiyah sejak 1941 atau masa pra-kemerdekaan hingga saat ini masih diperbincangkan, diperjualbelikan, dan digunakan sebagai ikon filantropi Islam. Secara visual prangko tersebut menggambarkan aksi kemanusiaan, profil fakir miskin, dan anak-anak. Sementara itu, secara tekstual prangko itu menggambarkan pengesahan Pemerintah Hindia Belanda, Muhammadiyah, ragam prangko, dan PKO (*Penolong Kesengsaraan Oemoem*).

Kedua, pada tahap mengungkap retorika konotasi diperoleh makna yang lekat dengan gambaran dalam temuan imaji denotasi sebelumnya, yaitu (i) pengakuan Pemerintah Hindia Belanda kepada gerakan Islam; (ii) profesionalitas filantropi Islam; (iii) aksi kemanusiaan dari masyarakat umum untuk masyarakat umum; dan (iv) wujud spiritualitas dan ibadah sosial. *Ketiga*, pada tahap mengungkap

mitos atau kultur kolektif diperoleh dua makna, yaitu (i) kultur kolektif tentang keberlanjutan untuk mengelola filantropi secara terorganisasi dan (ii) kultur kolektif tentang keberlanjutan untuk beragama dengan bahagia. Ketiga tahapan tersebut menjawab persoalan semiotik atas pemaknaan terhadap prangko amal Muhammadiyah mulai dari konteks terwujudnya, tanda-tanda yang dapat dipahami dari gambaran visual dan tekstual prangko tersebut, serta cara masyarakat pada masa dahulu dan masa sekarang memaknainya.



BIBLIOGRAFI

- Affandi, Slamet. 2001. *Mengenal Prangko Indonesia dan Filateli*. Jakarta. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Aji, Restu Ismoyo. 2011. "Tanda Visual pada Perangko Satu Abad Muhammadiyah," dalam *DeKaVe: Jurnal Desain Komunikasi Visual*. Vol. 1 No. 2. DOI: <http://doi.org/10.24821/dkv>.
- Aprilianti, Fitri. 2014. "Peranan K.H. Mas Mansur dalam Perkembangan Muhammadiyah (1937-1942)". Penelitian. Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.
- Barthes, Roland. 1964. *Elements of Semiology*. Paris. Editions du Seuil.
- . 2010. *Imaji Musik Teks* (Terj.). Yogyakarta. Jalasutra.
- . 2010. *Membedah Mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Representasi*. Terj. Yogyakarta. Jalasutra.
- Bonet, Julius. 1999. *Perjalanan Prangko dan Seni Filateli*. Jakarta. Erania Ilemendiri.
- Carollina, Donna. 2017. "Kajian Ikonografi dan Ikonologi Prangko Seri Revolusi 'Banteng'". Tesis. Pascasarjana ISI Yogyakarta.
- Fauzia, Amelia. 2016. *Filantropi Islam: Sejarah dan Kontestasi Masyarakat Sipil dan Negara* (terj.). Yogyakarta Gading Publishing.
- . 2017. "Islamic Philanthropy in Indonesia: Modernization, Islamization, and Social Justice," dalam *Australian Journal of South-East Asian Studies*. Vol. 10, No. 2.
- Hadisiswojo, As. 1941. "Seroean Sutji: Franco 'Amal Moehammadijah'". *Suara 'Aisyiyah*. No. 8 Tahun XVI (25 Agustus 1941).
- Lalwani, Arjan dkk. 2017. *Katalog Prangko Indonesia 2018, Indonesian Postage Stamp Catalogue*. Surabaya. PT Saros Kaprindo.
- Leclerc, Jacques. 1993. "The Political Iconology of The Indonesian Postage Stamp" (1950-1970)" translate by Nora Scott. *Archipel*, No. 57, April. Cornell University Press; Southeast Asia Program Publications at Cornell University.
- Ririmasse, Marlon N. R. 2006. "Prangko di Indonesia: Kronologi dalam Tinjauan Sejarah Pos Kolonial," dalam *Kapata Arkeologi*. Vol. 2 No. 3 November.
- Ruslana, Iu. 2016. "Spiritualitas dalam Muhammadiyah," dalam *Syifa al-Qulub*. Vol. 1 No. 1. Juli.

- Sa'adillah, Rangga. 2019. "Spiritualitas Muhammadiyah" Kontekstualisasi Gagasan Ahmad Dahlan dalam Masyarakat Post-Modern," dalam *El-Banat: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*. Vol. 9. No. 1. Januari-Juni.
- Soebagijo, I. N. 1982. *K. H. Mas Mansur: Pembaharu Islam di Indonesia*. Jakarta. Gunung Agung.
- Suara 'Aisyiyah. 2021. "Fundraising melalui Prangko Amal Ala Muhammadiyah" dalam <https://suaraaisyiyah.id/fundraising-melalui-franco-amal-ala-muhammadiyah/> diakses pada 15 Mei 2021.
- Sucipto, Fentisari Desti dan Rino Yudo. 2021. "Pemaknaan Visual Perangko Bencana Alam Tsunami Berdasarkan Teori Difference Jacques Derrida," dalam *Ikonik: Jurnal Seni dan Desain*. Vol. 3 No. 1. Januari.
- Utama, G. B. Surya. 2014. "Identifikasi Potensi Prangko Seri Kesejarahan sebagai Sumber Belajar Sejarah di SMA," dalam *Widya Winayata: Jurnal Pendidikan Sejarah*. Vol. 2 No. 2. DOI: <http://dx.doi.org/10.23887/jjps.v2j2.3824>.
- Wojowasito. 1996. *Kamus Umum Belanda Indonesia*. Jakarta. PT Ichtar Baru van Hoeve.
- Yardley. Christopher B. 2015. *The Representation of Science and Scientists on Postage Stamps*. Canberra. ANU Press.
- Yuristiadhi, Ghifari. 2015. "Aktivisme Hoofdbestuur Muhammadiyah Bagian PKO di Yogyakarta sebagai Representasi Gerakan Pelayanan Sosial Masyarakat Sipil (1920-1931)," dalam *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Afkaruna*. Vol. 11 No. 2. Desember. DOI: 10.18196/AIJIS.2015.0048
- . 2020. *Filantropi Masyarakat Perkotaan: Transformasi Kedermawanan Muhammadiyah di Yogyakarta, 1912-1931*. Yogyakarta. Penerbit Suara Muhammadiyah.
- Zara, Muhammad Yuanda. 2016. "Perangko Amal Muhammadiyah: Antara Ibadah dan Adaptasi Komunikasi". *Suara Muhammadiyah* edisi 18 dan dipublish di <https://suaramuhammadiyah.id/2020/03/09/perangko-amal-muhammadiyah-antara-ibadah-dan-adaptasi-komunikasi/> diakses pada 20 Agustus 2020.
- . 2018. "Aisyiyah dan Franco Amal Muhammadiyah" *Suara Muhammadiyah* edisi 10 dan dipublish di <https://suaramuhammadiyah.id/2020/02/03/aisyiyah-dan-franco-amal-muhammadiyah/> diakses pada 19 Agustus 2020.

JURNAL SOSIOLOGI AGAMA

Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial

Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

