

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan salah satu tahapan krusial dalam proses penelitian. Tahapan ini dilakukan untuk mengidentifikasi, mengkaji, dan menganalisis berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini, peninjauan pustaka dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu tinjauan penelitian terdahulu dan studi literatur.

Tinjauan penelitian terdahulu bertujuan untuk mengevaluasi hasil-hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kaitan erat dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Langkah ini membantu peneliti untuk memahami berbagai perspektif, metodologi, serta kesimpulan yang telah dicapai oleh penelitian sebelumnya. Selain itu, studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber terpercaya, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan dokumen-dokumen terkait yang mendukung tema penelitian.

Dalam konteks penelitian ini, fokus utama adalah pada fenomena pengingkaran nasab dan proliferasi Habib palsu yang menjadi tantangan bagi Rabithah Alawiyah dalam menjaga kredibilitas organisasi. Tinjauan pustaka ini akan mencakup teori-teori dasar ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan hubungan masyarakat (public relations) dan manajemen krisis, serta konsep-konsep keorganisasian yang relevan.

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka ini, peneliti akan mengawali dengan melakukan penelaahan terhadap penelitian yang terdahulu yang peneliti anggap relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti mendapat rujukan pendukung yang menjadi pelengkap serta pembanding dalam penelitian ini. Dimana penelitian ini mengenai **STRATEGI HUMAS RABITHAH ALAWIYAH MELALUI PROLIFERASI HABIB PALSU DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PENGINGKARAN NASAB DI INDONESIA**. Berikut peneliti mengangkat tiga judul yang dianggap relevan dengan penelitian ini, yaitu:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	URAIAN	PENELITIAN		
	NAMA TAHUN	Ahmad Muhajir dan Afra Alatas (2023)	Sofyan Setio (2007)	Khoirotul Qorina (2024)
1.	Institusi	ISEAS-Yusof Ishak Institute	UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
2.	Judul	"The Debate on the Ba'Alawi Lineage in Indonesia: Highlighting Weaknesses in the Genealogical Records"	"Kontribusi Rabithah Alawiyah dalam Penyebaran Tarekat Ba'alawi di Indonesia"	Peran Rabithah Alawiyah dalam Menjaga Keabsahan Nasab Keluarga Arab di Pasuruan 2014-2023
3.	Metode	Metode Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif

4.	Hasil	Menggambarkan perdebatan tentang klaim keturunan Ba'Alawi sebagai keturunan Nabi Muhammad, menyoroti kelemahan dalam dokumen genealogis historis yang diajukan untuk mendukung klaim ini	Penelitian ini menunjukkan kontribusi Rabithah Alawiyah dalam mengelola tarekat Ba'alawi di Indonesia, dengan fokus pada penyebaran dakwah dan pendidikan agama.	Penelitian ini menunjukkan bagaimana Rabithah Alawiyah di Pasuruan menjaga keabsahan nasab dengan melibatkan masyarakat dalam kegiatan dakwah dan pendidikan.
5.	Perbedaan	Menggambarkan perdebatan tentang klaim keturunan Ba'Alawi sebagai keturunan Nabi Muhammad, menyoroti kelemahan dalam dokumen genealogis historis yang diajukan untuk mendukung klaim ini	Fokus pada tarekat Ba'alawi, sedangkan penelitian ini mengkaji tantangan komunikasi yang dihadapi Rabithah Alawiyah dalam mempertahankan kredibilitasnya di tengah publik.	Fokus pada peran lokal Rabithah Alawiyah, sementara penelitian ini meneliti peran humas dalam menyampaikan informasi dan menghadapi tantangan seperti proliferasi Habib palsu.

Sumber: Arsip Peneliti, November 2024

2.2 Studi Literatur

2.2.1 Tinjauan tentang Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah kebutuhan primer bagi Manusia, dari mulai manusia lahir ke dunia sampai akhir hayat sekalipun proses komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Ilmu komunikasi juga sering kali disebut sebagai Ilmu yang multidisipliner, karena ilmu komunikasi mencakup seluruh aspek kehidupan. Serta ilmu komunikasi juga merupakan ilmu yang terbuka dan sering dibina oleh Ahli dari disiplin Ilmu.

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah proses dinamis di mana pesan disampaikan oleh seorang komunikator kepada komunikan untuk mencapai kesepahaman bersama. Kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin *communicare* yang berarti berbagi atau membuat sesuatu menjadi milik bersama (*common*). Dalam konteks penelitian ini, komunikasi menjadi alat penting untuk memahami bagaimana Rabithah Alawiyah menyampaikan informasi yang valid terkait nasab dan menangani isuisu tentang Habib palsu.

Menurut McQuail (2010), komunikasi adalah proses di mana makna dipertukarkan antara individu atau kelompok melalui penggunaan simbol-simbol yang dipahami secara bersama. DeVito (2016) menjelaskan bahwa komunikasi bertujuan untuk menciptakan pemahaman bersama dan memberikan kesempatan bagi komunikator untuk menyesuaikan pesan sesuai dengan umpan balik yang diterima.

2.2.1.2 Tujuan Komunikasi

Komunikasi memiliki berbagai tujuan, tergantung pada konteksnya. Dalam penelitian ini, tujuan komunikasi yang relevan meliputi:

1. **Informasi** : Memberikan informasi yang valid kepada masyarakat terkait nasab dan bahaya Habib palsu.
2. **Persuasi** : Mempengaruhi masyarakat agar lebih kritis terhadap informasi yang diterima dan tidak mudah mempercayai orang yang bukan ahlinya.
3. **Kolaborasi** : Membangun hubungan antara Rabithah Alawiyah dan masyarakat untuk melestarikan nilai-nilai keagamaan dan etnis.

4. **Pendidikan** : Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga keabsahan nasab dan norma agama, serta ilmu pengetahuan mengenai etnos dan budaya..

2.2.1.3 Jenis Komunikasi

Jenis-jenis komunikasi yang relevan dalam penelitian ini meliputi:

1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi ini terjadi antara dua pihak atau lebih dalam konteks yang dekat dan langsung. Menurut Pace dalam Sari dkk. (2018), komunikasi interpersonal memungkinkan terjadinya diskusi yang lebih mendalam dan intensif, seperti saat Rabithah Alawiyah berdialog dengan tokoh agama atau masyarakat terkait isu nasab.

2. Komunikasi Publik

Komunikasi publik melibatkan penyampaian pesan kepada khalayak luas, seperti melalui media sosial atau seminar. Dalam konteks penelitian ini, komunikasi publik digunakan oleh Rabithah Alawiyah untuk menyampaikan klarifikasi dan edukasi tentang bahaya Habib palsu dan pentingnya keabsahan nasab.

3. Komunikasi Organisasi

Komunikasi ini terjadi dalam struktur organisasi seperti Rabithah Alawiyah. Siregar (2016) mendefinisikannya sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan yang mempertimbangkan struktur organisasi, norma, dan nilai budaya. Dalam penelitian ini, komunikasi organisasi digunakan untuk mengelola krisis dan menyampaikan strategi kepada publik.

2.2.1.4 Proses Komunikasi

Berdasarkan paradigma Harold Laswell dalam buku Onong Uchjana Effendy, proses komunikasi dapat dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi primer adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan lambang atau simbol sebagai media komunikasi. Lambang yang digunakan dapat berupa pesan verbal, seperti bahasa, atau pesan nonverbal, seperti isyarat, warna, gambar, dan gesture. Dalam proses ini, komunikator perlu menyandi (*encode*) pesan ke dalam lambang yang dapat dipahami oleh komunikan. Komunikan kemudian menafsirkan (*decode*) pesan tersebut ke dalam bentuk pemahaman yang sesuai. Pada konteks penelitian ini, strategi humas primer dapat terlihat pada bagaimana Rabithah Alawiyah menyampaikan pesan melalui simbol-simbol budaya dan agama, seperti penggunaan kitab nasab, khutbah, atau seminar untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai keabsahan nasab dan identifikasi Habib palsu. Dalam hal ini, komunikasi primer sangat bergantung pada kemampuan Rabithah Alawiyah untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi sekunder adalah penyampaian pesan melalui alat atau media tertentu yang memungkinkan komunikasi terjadi meskipun jarak antara komunikator dan komunikan jauh. Contohnya adalah penggunaan surat, telepon, televisi, media sosial, atau platform digital lainnya. Dalam

konteks Rabithah Alawiyah, proses komunikasi sekunder menjadi sangat relevan di era digital. Organisasi ini menggunakan media sosial, seperti Instagram dan Facebook, untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Selain itu, media digital juga digunakan untuk merespons isu-isu yang berkembang, seperti pengingkaran nasab dan klaim Habib palsu, dengan memberikan informasi yang valid dan kredibel.

Effendy (2003) menyatakan bahwa efektivitas komunikasi sekunder tergantung pada media yang digunakan dan kemampuan komunikator untuk menyesuaikan pesan dengan audiens. Dalam penelitian ini, media sosial menjadi medium utama yang digunakan oleh Rabithah Alawiyah untuk mengedukasi masyarakat dan menjaga kredibilitasnya di tengah berbagai tantangan.

2.2.1.5 Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam komunikasi, terdapat unsur-unsur yang mendukung kelancaran proses komunikasi. Menurut Effendy (1986:13), unsur-unsur komunikasi mencakup Komunikator, Pesan, Komunikan, Media, dan Efek. Tanpa kelima unsur ini, proses komunikasi tidak dapat berjalan dengan baik. Berikut ini adalah penjelasan mengenai setiap unsur:

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang melakukan penyandian (encode) dan mengirimkan pesan kepada komunikan. Devito (dalam Rismawaty et al., 2014:96) mendefinisikan komunikator sebagai individu yang menyampaikan pesan, baik secara verbal maupun nonverbal, seperti

berbicara, menulis, atau menggunakan isyarat tubuh. Dalam konteks penelitian ini, Rabithah Alawiyah bertindak sebagai komunikator utama yang menyampaikan pesan kepada masyarakat untuk menjaga keabsahan nasab dan menghadapi klaim Habib palsu.

2. Pesan

Pesan adalah informasi atau ide yang disandi oleh komunikator dan dikirimkan kepada komunikan. Pesan dapat berupa informasi, hiburan, atau nasihat, bergantung pada tujuan komunikator. Cangara (2006:23) menyatakan bahwa pesan bersifat abstrak dan memerlukan media untuk disampaikan secara konkret. Dalam kasus Rabithah Alawiyah, pesan mereka sering kali berisi edukasi tentang pentingnya verifikasi nasab dan bahaya proliferasi Habib palsu.

3. Komunikan

Komunikan adalah penerima pesan yang berperan dalam menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya. Dalam proses komunikasi, komunikan dapat memberikan umpan balik yang menjadikan komunikasi bersifat dua arah. Masyarakat yang menerima pesan dari Rabithah Alawiyah berfungsi sebagai komunikan yang diharapkan dapat memahami dan mendukung upaya organisasi dalam menjaga nasab yang sah.

4. Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Devito (dalam Rismawaty et al., 2014:110) menjelaskan bahwa media dapat mencakup berbagai saluran, seperti surat kabar, televisi, media sosial, dan lainnya. Rabithah Alawiyah menggunakan berbagai media, termasuk platform digital, untuk menyampaikan informasi terkait nasab dan memerangi klaim palsu.

5. Efek

Efek adalah hasil atau pengaruh yang ditimbulkan dari pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Devito (dalam Rismawaty et al., 2014:126) menyebutkan bahwa efek komunikasi dapat berupa perubahan dalam pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), atau perilaku (konatif) komunikan. Dalam konteks Rabithah Alawiyah, efek yang diharapkan adalah meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya verifikasi nasab dan berkurangnya penerimaan terhadap Habib palsu.

2.2.1.6 Fungsi Komunikasi

Onong Uchjana Effendy (2003:32) menyimpulkan bahwa fungsi komunikasi dapat dirangkum menjadi empat fungsi utama, yaitu:

1. Menyampaikan Informasi (*to Inform*)
2. Mendidik (*to Educate*)
3. Menghibur (*to Entertain*)
4. Mempengaruhi (*to Influence*)

Berdasarkan poin-poin tersebut, peneliti dapat menguraikan fungsifungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Menyampaikan Informasi (*to Inform*)

Fungsi komunikasi untuk menginformasikan adalah memberikan informasi kepada komunikan atau khalayak. Fungsi ini mencakup penyampaian pengetahuan baru atau menambah wawasan komunikan. Informasi tersebut dapat berupa peristiwa, ide, gagasan, atau perilaku orang lain. Dalam konteks penelitian ini, fungsi informasi terlihat dalam upaya Rabithah Alawiyah menyampaikan fakta-fakta yang jelas tentang keabsahan nasab Habaib kepada masyarakat luas untuk melawan klaim palsu dan kebingungan publik.

2. Mendidik (*to Educate*)

Komunikasi sebagai sarana pendidikan memungkinkan penyampaian pengetahuan dan gagasan dari komunikator kepada komunikan. Melalui komunikasi, seseorang dapat memperoleh wawasan baru atau memperdalam ilmu pengetahuan yang dimilikinya. Rabithah Alawiyah, dalam menjalankan fungsi mendidik, berperan dalam memberikan pendidikan kepada masyarakat terkait pentingnya memverifikasi keabsahan nasab dan memahami tradisi Habaib yang sah.

3. Menghibur (*to Entertain*)

Fungsi hiburan dalam komunikasi adalah untuk memberikan kesenangan kepada khalayak. Contoh komunikasi yang menghibur termasuk program hiburan, humor, atau cerita ringan yang disampaikan

melalui berbagai media. Dalam konteks ini, Rabithah Alawiyah juga dapat memanfaatkan pendekatan hiburan, seperti penggunaan konten kreatif di media sosial untuk menarik perhatian masyarakat terhadap pesan-pesan penting organisasi.

4. Mempengaruhi (*to Influence*)

Fungsi komunikasi untuk mempengaruhi adalah persuasi, yaitu upaya komunikator untuk memengaruhi komunikan agar melakukan hal tertentu sesuai dengan keinginan komunikator.

Dalam penelitian ini, fungsi mempengaruhi relevan dengan strategi Rabithah Alawiyah untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap organisasi, serta mengedukasi publik untuk tidak terpengaruh oleh klaim-klaim nasab palsu atau Habib palsu yang merugikan.

2.2.1.7 Bentuk Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana (dalam Ruliana, 2014:12), komunikasi dapat diklasifikasikan berdasarkan konteks dan tingkatannya, yang melibatkan jumlah peserta dalam komunikasi. Berikut adalah bentuk-bentuk komunikasi yang umum ditemukan:

1. Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi yang terjadi dalam diri sendiri, misalnya melalui proses berpikir atau refleksi. Deddy Mulyana menjelaskan bahwa komunikasi intrapribadi adalah landasan dari komunikasi antarpribadi. Sebelum seseorang berkomunikasi dengan orang lain, biasanya terjadi dialog internal untuk memastikan makna pesan. Dalam

konteks penelitian ini, komunikasi intrapribadi dapat melibatkan proses refleksi individu untuk memahami dan menerima informasi terkait nasab dan Habib palsu sebelum menyampaikan pandangan kepada orang lain.

2. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi terjadi antara dua orang atau lebih yang berinteraksi secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi ini memungkinkan adanya umpan balik langsung, sehingga sangat efektif dalam membangun hubungan yang mendalam. Rabithah Alawiyah menggunakan komunikasi antarpribadi dalam diskusi atau klarifikasi dengan tokoh masyarakat dan ulama terkait isu pengingkaran nasab.

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah interaksi yang berlangsung di antara anggota suatu kelompok yang memiliki tujuan bersama. Dalam komunikasi ini, anggota kelompok saling bergantung dan memberikan umpan balik terhadap ide atau pesan yang disampaikan. Rabithah Alawiyah sering menggunakan komunikasi kelompok untuk menyampaikan informasi kepada komunitas Habaib atau kelompok masyarakat yang memiliki kepentingan terhadap isu nasab.

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan khalayak luas, seperti pidato, ceramah, atau kampanye. Dalam penelitian ini, komunikasi publik dapat diterapkan oleh Rabithah Alawiyah

melalui seminar atau forum terbuka yang bertujuan memberikan edukasi tentang pentingnya keabsahan nasab dan dampak dari proliferasi Habib palsu.

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang berlangsung dalam suatu organisasi, baik secara formal maupun informal. Komunikasi ini mencakup jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok, melibatkan berbagai tingkatan hierarki dalam organisasi. Rabithah Alawiyah menggunakan komunikasi organisasi untuk mengatur alur informasi dan menyampaikan kebijakan terkait pengelolaan nasab dan respons terhadap klaim palsu.

6. Komunikasi Massa

Komunikasi massa menggunakan media massa, seperti surat kabar, televisi, atau media elektronik, untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang luas, heterogen, dan anonim. Pesan yang disampaikan bersifat umum dan dapat diterima secara cepat dan serentak. Dalam penelitian ini, komunikasi massa menjadi alat utama bagi Rabithah Alawiyah untuk menjangkau masyarakat melalui platform digital dan media elektronik guna memberikan klarifikasi dan edukasi terkait isu-isu yang muncul.

2.2.1.8 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003:8), tujuan utama dari komunikasi adalah untuk menghasilkan perubahan yang diinginkan pada penerima pesan.

Perubahan tersebut meliputi:

1. Perubahan Sikap (Attitude Change)

Komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi sikap komunikan, sehingga mereka memiliki pandangan atau persepsi yang sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

2. Perubahan Pendapat (Opinion Change)

Tujuan ini berfokus pada pengubahan pandangan atau opini komunikan terhadap suatu isu tertentu melalui pendekatan komunikasi yang persuasif.

3. Perubahan Perilaku (Behavior Change)

Komunikasi juga bertujuan untuk mendorong perubahan perilaku komunikan, baik dalam bentuk tindakan nyata maupun dalam cara mereka berinteraksi dengan lingkungan sosialnya.

4. Perubahan Sosial (Social Change)

Tujuan komunikasi ini mencakup dampak yang lebih luas, yaitu menciptakan perubahan dalam struktur sosial, budaya, atau nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat.

Selain itu, H. A. W. Widjaja (2000:66) menjelaskan tujuan komunikasi secara umum sebagai berikut:

1. Supaya Pesan Dapat Dimengerti

Komunikator harus mampu menyampaikan pesan secara jelas dan tuntas sehingga komunikan memahami maksud yang ingin disampaikan. Hal ini melibatkan penggunaan bahasa dan simbol yang mudah dipahami oleh audiens.

2. Memahami Orang Lain

Komunikasi bertujuan untuk memahami aspirasi, kebutuhan, dan harapan dari komunikan. Komunikator tidak boleh memaksakan kehendak, tetapi harus berkomunikasi dengan pendekatan yang responsif terhadap audiens.

3. Supaya Gagasan Diterima oleh Orang Lain

Komunikator perlu menyampaikan gagasan dengan pendekatan yang persuasif, sehingga audiens tidak hanya memahami pesan tetapi juga bersedia menerimanya dengan baik.

4. Menggerakkan Orang Lain untuk Melakukan Sesuatu

Komunikasi bertujuan untuk mendorong audiens untuk mengambil tindakan tertentu yang sesuai dengan tujuan komunikator. Hal ini sering dicapai melalui motivasi atau dorongan yang persuasif.

2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.2.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi mencakup proses komunikasi yang terjadi dalam struktur formal dan informal suatu organisasi, baik antara individu maupun kelompok, untuk mencapai tujuan tertentu. Schein (1982), sebagaimana dikutip oleh Arni Muhammad dalam Komunikasi Organisasi, mendefinisikan organisasi sebagai:

"Suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab" (Schein dalam Muhammad, 2014).

Dalam konteks komunikasi organisasi, Redding Sanborn, Stewart L. Tubbs, Sylvia Moss, dan beberapa ahli lainnya menjelaskan bahwa komunikasi organisasi tidak hanya mencakup hubungan vertikal antara atasan dan bawahan, tetapi juga hubungan horizontal dan diagonal yang mendukung efektivitas kerja organisasi.

Abdullah (dalam Silviani, 2020:97) mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai:

"Komunikasi yang dilakukan dalam sebuah organisasi atau perusahaan, baik antara bawahan kepada atasan, atasan dengan bawahan, maupun antar sesama bawahan. Ciri-ciri komunikasi organisasi antara lain adanya struktur yang jelas serta adanya batasan-batasan yang dipahami masing-masing anggota perusahaan."

Konsep-konsep ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memerlukan kerja sama dan koordinasi antar individu atau kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2.2.2.2 Komunikasi Organisasi dalam Rabithah Alawiyah

Sebagai organisasi yang memiliki struktur formal, Rabithah Alawiyah menjalankan komunikasi organisasi untuk memastikan kelancaran operasionalnya. Komunikasi ini mencakup pengelolaan informasi internal di antara anggotanya, serta komunikasi eksternal untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang nasab dan upaya organisasi menghadapi proliferasi Habib palsu. Struktur hierarki dan budaya organisasi Rabithah Alawiyah mencerminkan pola komunikasi yang terorganisir untuk mencapai tujuannya.

Dalam bukunya, Muhammad mengutip Goldhaber yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi dapat dilihat dari beberapa sudut pandang, yaitu:

1. **Sistem Terbuka yang Kompleks:** Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal.
2. **Pesan dan Saluran:** Komunikasi melibatkan pesan, saluran, tujuan, arah, dan media.
3. **Hubungan dan Keterampilan:** Komunikasi organisasi melibatkan orang-orang, sikap, hubungan, dan keterampilan mereka.

Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti (Goldhaber dalam Muhammad, 2014:67).

2.2.2.3 Budaya Organisasi dalam Komunikasi

Budaya organisasi merupakan bagian penting dari komunikasi organisasi. Killman dkk. (dalam Sutrisno, 2018:2) mendefinisikan budaya organisasi sebagai:

"Perangkat sistem nilai-nilai (values), keyakinan-keyakinan (beliefs), asumsi-asumsi (assumptions), atau norma-norma yang telah lama berlaku, disepakati, dan diikuti oleh para anggota organisasi sebagai pedoman perilaku dan pemecah masalah organisasinya."

Rabithah Alawiyah memiliki budaya organisasi yang berfokus pada nilai-nilai agama dan tradisi keilmuan. Hal ini tercermin dalam pendekatan komunikasi organisasi mereka yang tidak hanya mengutamakan kejelasan informasi, tetapi juga menjunjung tinggi adab dan nilai-nilai keagamaan dalam setiap interaksinya. Komunikasi organisasi yang efektif memungkinkan Rabithah Alawiyah untuk mengelola isu-isu strategis.

2.2.2.4 Fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam organisasi, baik yang berorientasi pada keuntungan maupun sosial, komunikasi memainkan peran penting untuk memastikan kelancaran operasional dan pencapaian tujuan organisasi. Menurut Sasa Djuarsa Sendjaja (dalam teori komunikasi yang dikutip dari buku Pengantar Ilmu Komunikasi: Welcome to the World of Communication oleh Rismawaty, Desayu, dan Sangra), komunikasi dalam organisasi memiliki empat fungsi utama, yaitu:

1. Fungsi Informatif

Fungsi informatif berfokus pada pengelolaan informasi dalam organisasi untuk memastikan semua anggota memiliki informasi yang relevan dan terkini. Informasi ini membantu individu menjalankan tugasnya dengan efektif dan efisien., fungsi informatif sangat penting untuk menyampaikan informasi terkait isu-isu yang beredar. Dengan menyebarkan informasi yang akurat, organisasi dapat menjaga kepercayaan publik.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif berkaitan dengan penerapan peraturan dan kebijakan dalam organisasi. Dua aspek utama dalam fungsi ini adalah kewenangan atasan atau manajemen untuk mengontrol informasi dalam organisasi. Pesan regulatif yang berorientasi pada pekerjaan, memberikan kejelasan tentang tugas, batasan, dan tanggung jawab anggota organisasi. Dalam konteks ini, Rabithah Alawiyah mengatur proses pengelolaan informasi dan verifikasi nasab melalui prosedur yang jelas untuk memastikan semua anggota mengikuti pedoman organisasi.

3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif digunakan oleh pimpinan organisasi untuk mendapatkan dukungan dari anggota tanpa paksaan. Dalam organisasi seperti Rabithah Alawiyah, fungsi ini digunakan untuk mendorong anggota dan masyarakat agar mendukung visi dan misi organisasi. Pendekatan persuasif dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya.

4. Fungsi Integratif

Fungsi integratif bertujuan untuk menciptakan keselarasan dan koordinasi antara anggota organisasi, sehingga mereka dapat bekerja secara sinergis untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Sendjaja (dalam Rismawaty et al., 2014:206), organisasi perlu menyediakan saluran komunikasi yang memungkinkan anggota melaksanakan tugasnya dengan baik.

2.2.2.5 Tujuan Komunikasi Organisasi

Menurut Silviani (2020:107), Tujuan Komunikasi Organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk mempengaruhi tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan. Sedangkan Liliweri menyatakan bahwa ada empat tujuan Komunikasi Organisasi yaitu:

1. Menyatakan Pikiran, Pandangan dan Pendapat.

Memberi peluang bagipara pemimpin organisasi dan anggotanya untuk menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat sehubungan dengan tugas dan fungsi yang mereka lakukan.

2. Membagi Informasi (Information sharing).

Memberi peluang kepada seluruh aparatur organisasi untuk membagi Informasi dan memberi makna yang sama atas Visi, Misi, tugas pokok, Fungsi organisasi, sub organisasi, Individu maupun Kelompok dalam organisasi.³⁵

3. Menyatakan perasaan dan emosi.

Memberikan peluang untuk pemimpin dan anggota-anggota organisasi untuk bertukar informasiyang berkaitan dengan perasaan serta emosi.

4. Tindakan Koordinasi.

Bertujuan untuk mengkoordinasi atau meninjau seluruh tindakan yang berkaitan dengan tugas dan fungsi organisasi yang telah dibagi habis kedalam bagian atau sub bagian organisasi (Liliweri, 2013:372-273).

2.2.3 Tinjauan tentang Humas (Hubungan Masyarakat)

2.2.3.1 Definisi Humas

Humas, atau hubungan masyarakat, adalah fungsi manajemen yang bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif antara organisasi dan publiknya. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2013), Humas bertugas membangun hubungan harmonis antara organisasi dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap organisasi. Dalam penelitian ini, Humas Rabithah Alawiyah berperan penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap organisasi, terutama dalam menghadapi isu-isu sensitif seperti pengingkaran nasab dan proliferasi Habib palsu.

2.2.3.2 Fungsi dan Peran Humas

Fungsi utama Humas meliputi:

1. **Manajemen Informasi:** Menyediakan informasi yang akurat dan terpercaya kepada masyarakat untuk menghindari penyebaran informasi yang salah.
2. **Manajemen Krisis:** Mengelola isu-isu yang berpotensi merusak reputasi organisasi.
3. **Komunikasi Strategis:** Menyusun rencana komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan situasi organisasi.
4. **Membangun Citra Positif:** Menanamkan kepercayaan publik terhadap organisasi.

2.2.3.3 Relevansi Humas dalam Penelitian

Dalam konteks Rabithah Alawiyah, Humas menjadi penggerak utama untuk:

1. Menangani krisis yang muncul akibat pengingkaran nasab.
2. Melawan proliferasi Habib palsu dengan pendekatan edukatif dan persuasif.
3. Menjaga reputasi organisasi melalui komunikasi strategis dan penggunaan media digital.

2.2.4 Tinjauan tentang Pengingkaran Nasab

2.2.4.1 Pengertian Pengingkaran Nasab

Pengingkaran nasab adalah tindakan atau upaya untuk mempertanyakan, meragukan, atau menolak keabsahan garis keturunan seseorang. Dalam konteks Habaib, pengingkaran nasab sering diarahkan pada klaim keturunan Nabi Muhammad SAW.

2.2.4.2 Kasus dan Tantangan

Pengingkaran nasab menjadi isu penting yang dihadapi oleh Rabithah Alawiyah. Salah satu kasus terkenal adalah publikasi buku oleh Imaduddin Usman yang menyatakan bahwa nasab keturunan Ba'Alawi tidak sah. Tuduhan ini menimbulkan:

1. **Debat Publik:** Perdebatan sengit mengenai keabsahan nasab Habaib.
2. **Krisis Kepercayaan:** Menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap organisasi dan individu Habaib.
3. **Tantangan Hukum:** Tidak adanya regulasi yang jelas untuk mengatasi klaim pengingkaran nasab.

2.2.4.3 Dampak Peningkaran Nasab

Dampak dari peningkaran nasab meliputi:

1. **Kepercayaan Publik:** Kredibilitas Habaib dan Rabithah Alawiyah terganggu.
2. **Integritas Sosial:** Perpecahan di kalangan masyarakat.
3. **Kerugian Individu:** Individu yang sah secara nasab menjadi sasaran tuduhan tanpa bukti yang jelas.

2.2.5 Tinjauan tentang Proliferasi Habib Palsu

2.2.5.1 Definisi Proliferasi Habib Palsu

Proliferasi Habib palsu adalah fenomena munculnya individu-individu yang secara tidak sah mengklaim status Habib. Klaim ini sering digunakan untuk tujuan pribadi, seperti mendapatkan popularitas atau pengaruh sosial.

2.2.5.2 Penyebab Fenomena

Beberapa penyebab utama proliferasi Habib palsu adalah:

1. **Minimnya Edukasi:** Masyarakat tidak memahami pentingnya verifikasi nasab.
2. **Kurangnya Regulasi:** Tidak adanya mekanisme formal untuk memverifikasi klaim nasab.
3. **Pengaruh Media Sosial:** Media sosial menjadi medium untuk menyebarkan klaim palsu dengan cepat.

2.2.5.3 Dampak Proliferasi Habib Palsu

Fenomena ini berdampak negatif pada:

1. **Citra Habaib:** Reputasi Habaib sebagai kelompok berintegritas tinggi tercoreng.
2. **Masyarakat:** Banyak pihak yang tertipu oleh klaim palsu.
3. **Organisasi:** Rabithah Alawiyah menghadapi tantangan berat dalam menjaga kredibilitasnya.

2.2.5.4 Upaya Penanganan

Rabithah Alawiyah telah melakukan berbagai upaya untuk menangani fenomena ini, seperti:

1. Menggunakan media sosial untuk edukasi masyarakat.
2. Menjalin kerjasama dengan majelis keagamaan.
3. Menyelenggarakan diskusi dan klarifikasi publik untuk meluruskan informasi terkait nasab.

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2017:60), kerangka pemikiran adalah model konseptual yang menjelaskan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Kerangka pemikiran bertujuan untuk menyusun skema konseptual yang relevan dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan.

Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran digunakan untuk menjelaskan

STRATEGI HUMAS RABITHAH ALAWIYAH MELALUI PROLIFERASI

HABIB PALSU DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PENGINGKARAN NASAB DI INDONESIA.

Kerangka pemikiran penelitian ini didasarkan pada teori Four-Step Public Relations Process oleh Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom (1985), yang menjelaskan empat tahap utama dalam pelaksanaan program Humas: *Defining the Problem, Planning and Programming, Taking Actions and Communicating*, dan *Evaluation*.

Penjabaran Kerangka Pemikiran Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian, keempat tahap dalam model ini akan dijadikan subfokus penelitian untuk menganalisis strategi Humas Rabithah Alawiyah:

1. *Defining the Problem* (Mendefinisikan Masalah)

Tahap ini mencakup identifikasi masalah utama yang dihadapi oleh organisasi. Rabithah Alawiyah perlu melakukan penelitian untuk memahami opini, sikap, dan reaksi publik terhadap isu pengingkaran nasab dan proliferasi Habib palsu. Fakta dan informasi yang dikumpulkan akan membantu organisasi menentukan langkah strategis dalam menghadapi krisis tersebut.

2. *Planning and Programming* (Perencanaan dan Pemrograman)

Tahap ini melibatkan perencanaan program kerja organisasi berdasarkan hasil definisi masalah. Rabithah Alawiyah menyusun strategi humas, memilih pesan utama, dan menentukan media yang paling efektif untuk menyampaikan informasi kepada publik. Dalam konteks penelitian

ini, tahapan ini mencakup rencana edukasi masyarakat terkait verifikasi nasab dan bahaya Habib palsu.

3. *Taking Actions and Communicating* (Melaksanakan Tindakan dan Mengkomunikasikan)

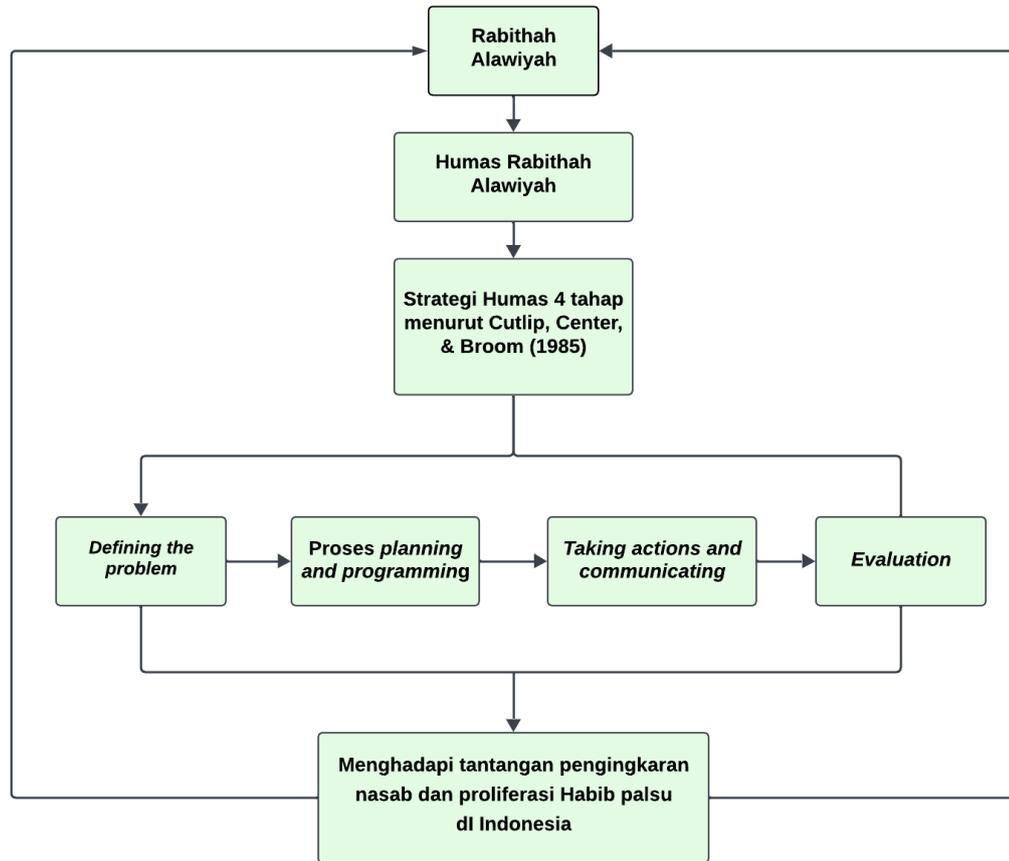
Tahap ini adalah implementasi dari rencana yang telah disusun. Rabithah Alawiyah berperan sebagai komunikator utama, menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui media cetak, digital, dan forum publik. Aktivitas komunikasi ini mencakup sosialisasi, diskusi, dan publikasi yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga legitimasi nasab.

4. *Evaluation* (Evaluasi)

Tahap evaluasi bertujuan untuk menilai efektivitas program kerja yang telah dilakukan. Rabithah Alawiyah melakukan evaluasi terhadap dampak komunikasi yang dilakukan, termasuk pengaruhnya terhadap pemahaman masyarakat dan pengurangan klaim-klaim nasab palsu. Evaluasi ini penting untuk menentukan keberhasilan strategi Humas dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

Keempat tahapan ini dirancang untuk memastikan bahwa Rabithah Alawiyah dapat menghadapi tantangan yang ada dengan strategi yang terstruktur dan terukur. Kerangka pemikiran ini juga menggambarkan bagaimana organisasi dapat menggunakan komunikasi sebagai alat untuk menyelesaikan konflik dan menjaga kredibilitas di tengah masyarakat. Gambaran dari kerangka pemikiran yang dibuat oleh Peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Alur Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2024