BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Komunikasi

2.1.1 Pengertian Ilmu Komunikasi

2.1.1.1 Pengertian Ilmu

Dewasa ini ilmu komunikasi semakin matang dan semakin diakui eksistensinya sebagai salah satu ilmu yang semakin dibutuhkan dalam segala bidang ilmu baik eksakta maupun non eksakta. Ilmu komunikasi secara akademik memang relatif lebih muda jika dibandingkan dengan ilmu-ilmu lainnya yang telah lebih dulu diakui kemandirian dan fungsinya dalam kehidupan sehari secara teoretis maupun praktis.

Sebelum lebih dalam membahas ilmu komunikasi, ada baiknya pembahasan ini dimulai secara sistematis. Diawali dengan pengertian ilmu. Nazir berpendapat bahwa setiap pengetahuan adalah ilmu, artinya ilmu tersebut memiliki sifat general atau umum. Hal tersebut sebagaimana dijelaskan dalam pengertian ilmu di bawah ini : “Ilmu adalah pengetahuan yang bersifat umum dan sistematik, pengetahuan darimana dapat disimpulkan dalil-dalil tertentu menurut kaidah-kaidah umum.” (Nazir dalam Senjaya, 2007 : 1.10)

Sedikit lebih detil dari pada Nazir, Shepare berpendapat bahwa ilmu tidak sekedar umum atau general, disamping itu ada dua aspek lainnya yang tidak boleh dinafikan, yaitu adanya rasionalitas dan yang paling nampak adalah dapat disistematisasi. Aspek yang disebutkan terakhir nampaknya yang paling sering disebut sebagai ciri ilmu kekinian. Tambahan informasi oleh Shepere mengenai ilmu tergambar pada pengertian ilmu sebagai berikut : "Konsepsi ilmu pada dasarnya ada tiga : adanya rasionalitas, dapat digeneralisasi, dan dapat disistematisasi." (Shepere dalam Senjaya, 2007 : 1.10)

Hampir sama dengan pengertian ilmu yang diberikan oleh Shepere, hanya saja dalam pengertian ilmu di bawah ini, sifat-sifat ilmu semakin bertambah, yaitu interpretasi logis dimana setiap ilmu harus sesuai dengan akal pikiran dan interpretasi subjektif, tentu saja bukan kesewenang-wenangan interpretasi ini melainkan berlandaskan ilmu lainnya yang turut mendukung sistematisasi dari ilmu yang dimaksud. Untuk lebih jelasnya Schutz berpendapat bahwa pengertian ilmu adalah : "mencakup logika, adanya interpretasi subjektif, dan konsistensi dengan realitas sosial." (Schutz dalam Senjaya, 2007 : 1.10)

Bidang filsafat melahirkan beberapa cabang ilmu, salah satunya adalah metodelogi yaitu tata cara penelitian yang logis untuk menuntun kepada suatu hasil penelitian yang benar dan diakui. Fenomena tersebut akan nampak jika kita memperhatikan pengertian ilmu dibawah ini yang memandang ilmu tidak dari sisi sifatnya melainkan sebagai salah

satu cabang ilmu pengetahuan sebagaimana tadi telah dijelaskan, yaitu : "Ilmu tidak hanya merupakan suatu pengetahuan yang terhimpun secara sistematis, tetapi juga merupakan suatu metodologi." (Tan dalam Senjaya, 2007 : 1.10)

Dari beberapa pengertian tentang ilmu yang telah dijelaskan, dapat kita mengambil kesimpulan sebagai berikut, ilmu pada dasarnya adalah pengetahuan tentang suatu hal, baik yang menyangkut alam (natural) atau sosial (kehidupan masyarakat), yang diperoleh manusia melalui proses berpikir. Pengertian ilmu dalam dunia ilmiah menuntut tiga ciri, *pertama*, ilmu harus merupakan suatu pengetahuan yang didasarkan pada logika. *Kedua*, ilmu harus terorganisasikan secara sistematis. *Ketiga*, ilmu harus berlaku umum. Meskipun hanya empat pengertian dijelaskan, namun secara prinsip jika memperhatikan pengertian ilmu yang lainnya, tidak akan jauh berbeda dari kesimpulan, sudut pandang yang berbeda lah yang membedakan sifat ilmu yang berfariasi.

2.1.1.2 Pengertian Komunikasi

Setelah membahas mengenai ilmu, maka pada sub judul ini akan mencoba membahas mengenai komunikasi yang pada saat ini sudah menjadi kata yang tidak asing lagi dalam kehidupan sehari. Untuk mengetahui penggunaan kata komunikasi itu telah sesuai kita gunakan atau belum, bisa disimak dari beberapa definisi sebagai berikut.

> "Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan, dan sebagainya, yang dilakukan sesesorang kepada yang lain, baik langsung tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan dan prilaku. Berasal dari bahasa Latin *communication* yang berarti pergaulan, persatuan, peran, serta kerjasama, bersumber dari istilah *communis* yang berarti sama makna." (Effendi, 1989 : 60)

Lambang, dalam hal ini bahasa/pesan yang disampaikan kepada orang lain menjadi bagian pokok dalam pengertian komunikasi di atas, lambang tersebut adalah isi dari komunikasi yang kemudian akan disampaikan melalui media baik tatap muka maupun menggunakan media lain sebagai perantara. Lambang tersebut jika sengaja disampaikan tentunya tidak sekedar beralih tempat dari komunikator kepada komunikan melainkan maksud dari penyampaian tersebut untuk merubah sesuatu dari komunikan sesuai dengan keinginan pembicara setelah adanya persamaan persepsi.

Kesadaran untuk mempengaruhi komunikan pesan dikuatkan lagi oleh Miller dalam pengertian komunikasinya, meskipun tidak

secara detil dijelaskan melalui media apa disampaikan pesan tersebut. Dalam hal ini cukup jelas bahwa tujuan komunikasi adalah mempengaruhi komunikan dengan pemikiran komunikator yang disampaian melalui pesan dalam situasi-situasi tertentu yang dapat mendukung penerimaan pesan tersebut, untuk lebih jelasnya pengertian komunikasi menurut Miller adalah sebagai berikut :

> "Komunikasi sebagai situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seseorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima." (Miller dalam Mulyana, 2008 : 60 – 61)

Lain halnya dengan Tubb dan Mos, mereke lebih menitik beratkan komunikasi sebagai hasil dari interaksi dan transaksi kemudian menciptakan suatu makna-makna tertentu dari lambang yang mereka gunakan, makna tersebut berasal dari proses interaksi antara komunikator dan komunikan yang jumlahnya tak ditentukan dan melakukan interaksi dan transaksi dalam waktu tertentu sehingga melahirkan makna. "Komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih." (Tub dan Moss dalam Mulyana, 2008 : 65)

Beberapa pakar komunikasi mendefinisikan komunikasi sebagai proses karena komunikasi merupakan kegiatan yang ditandai dengan tindakan, perubahan, dan perpindahan. Terdapat kontinuitas dari setiap unsurnya.

Hampir sama dengan Tubb dan Moss, Wenberg dan Wilmot pun menerangkan bahwa komunikasi bertujuan untuk mencari makna dari pesan/lambang yang beredar diantara peserta komunikasi. Dalam proses pencarian makna tersebut tentunya akan membutuhkan waktu sampai kepada penetuan makna yang pas dan diakui oleh semua peserta komunikasi. "Komunikasi adalah usaha untuk memperoleh makna." (Wenburg dan Wilmot dalam Mulyana, 2008 : 76)

Begitu juga dijelaskan oleh Robert dan Kincaid,

> "Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap satu sama lain, yang pada gilirannya akan tiba kepada saling pengertian." (Robert dan Kincaid dalam Cangara dalam Dewi, 2007 : 2)

Sebagai mahluk sosial tentunya manusia tak bisa lepas dari interaksi dan transaksi sosial. Pada interaksi dan transaksi tersebut dapat dipastikan terjadinya komunikasi baik disengaja maupun tidak disengaja dan pada gilirannya berbagi informasi akan terjadi dengan sendirinya. Sebagaimana dijelaskan oleh Byker dan Anderson : "Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih." (Byker dan Andrson dalam Mulyana, 2008 : 76)

Gorden menambahkan gagasan dan perasaan ikut serta dalam mendukung proses transaksi sosial dengan komunikasi sebagaimana dijelaskan oleh Byker dan Anderson, gagasan akan melahirkan

pesan/lambang yang beragam untuk disampaikan kepada komunikan sedangkan perasaan untuk membatu akal pikiran dalam menginterpretasikan pesan yang disampaikan komunikator, "komunikasi sebagai transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan." (Gorden dalam Mulyana, 2008 : 76)

Pearson dan Neson dalam menjelaskan pengertian komunikasi pada prinsipnya tak jauh berbeda dengan Tub dan Moss dalam usaha memberikan makna pada komunikasi. Hanya saja dalam pengertiannya, pemahaman menjadi langkah awal dalam pemberian makna tersebut. Lebih jelasnya sebagai berikut "Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna." (Pearson dan Neson dalam Mulyana, 2008 : 76)

Pada hakikatnya komunikasi tak memiliki awal dan tak memiliki akhir, bahkan ketika peserta komunikasi (komunikator dan komunikan) telah berspisah, komunikasi masih bisa terus berjalan. Ini menjadi indikasi bahwa kontinuitas dan dinamika komunikasi akan terus berjalan seperti yang dijelaskan Ivy dan Backland sebagai berikut : "Komunikasi adalah proses yang terus berlangsung dan dinamis menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagi makna." (Ivy dan Backland dalam Mulyana, 2008 : 76)

Penekanan pengertian komunikasi, Book berbeda dengan Ivy dan Backland, jika mereka berdua lebih menitikbetratkan komunikasi pada kontinuitas dan dinamika, maka Book lebih menekankan pada

proses pengaturan lingkungan melalui penguatan sikap, dan untuk membentuk penguatan sikap tersebut ditempuh melalui komunikasi. Komunikasi yang menukarkan pesan secara seimbang dan efektif berdampak pada pengaturan lingkungan, sebagaimana dijelaskan Book :

> "Komunikasi adalah suatu pertukaran, proses simbolik yang menghendaki agar orang-orang mengatur lingkungannya dengan mengatur antar sesama manusia melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha merubah sikap dan tingkah laku itu." (Book dalam Cangara dalam Dewi, 2007 : 2)

Tak ada definisi komunikasi yang komprehensif, semuanya tergantung dari latar belakang disiplin ilmu dan pengalaman. Hal tersebut identik dengan sudut pandang komunikasi sehingga melahirkan definisi yang sifat, skup, dan fungsinya berbeda. Keberagaman tersebut secara garis besar dijelaskan oleh Dewi, sebagai berikut :

> "Komunikasi pada dasarnya dapat dipandang dari berbagai dimensi. Jika dipandang sebagai proses, komunikasi merupakan kegiatan pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara dinamis. Secara simbolik, komunikasi menggunakan berbagai lambang atau simbol yang dinyatakan dalam bentuk non verbal (isyarat, gerak, dan ekspresi) maupun verbal (bahasa lisan dan tertulis). Sementara sebagai sistem, komunikasi terdiri atas unsur-unsur yang saling bergantung dan merupakan satu kesatuan yang integratif." (Dewi, 2007 : 3)

2.1.1.3 Pengertian Ilmu Komunikasi

Pengertian ilmu komunikasi yang dijelaskan oleh Berger dan Chafee memberikan 3 (tiga) pokok pikiran :

> "*Pertama*, objek pengamatan yang jadi fokus perhatian dalam ilmu komunikasi adalah produksi, proses, dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang dalam konteks kehidupan manusia. *Kedua*, ilmu komunikasi bersifat ilmiah-empiris (*scientific*) dalam arti pokok-pokok pikiran dan dalam ilmu komunikasi (dalam bentuk-bentuk teori) harus berlaku umum. *Ketiga*, ilmu komunikasi bertujuan menjelaskan fenomena sosial yang berkaitan dengan produksi, proses dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang." (Senjaya, 2007 : 1.11)

Berdasarkan definisi Berger dan Chafee serta uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya tentang ciri-ciri ilmu, dapatlah dikatakan bahwa ilmu komunikasi pada dasarnya ialah ilmu pengetahuan tentang peristiwa komunikasi yang diperoleh melalui penelitian secara sistematis, serta kebenarannya, diuji dan digenerelasikan.

Seperti telah dijelaskan, bahwa sistematis merupakan ciri ilmu yang paling nampak dalam manifestasi fungsinya, begitu pula dalam ilmu komunikasi, sistematisasi tersebut nampak pada perumusan prinsip-prinsip komunikasi yang menjadi esensi dari perkembangan dan pemanfaatannya. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Hoveland :

> "Ilmu komunikasi merupakan suatu upaya yang sistematis untuk merumuskan perinsip-perinsip secara tegas, dan atas dasar perinsip-perinsip tersebut disampaikan informasi serta dibentuk pendapat dan sikap." (Hovland dalam Cangara dalam Dewi, 2007 : 2)

Berger dan Chafee mencoba untuk lebih merinci hal-hal yang diperoleh, diproses, dan ditampilkan oleh ilmu komunikasi yaitu lambang yang menjadi objek dari sistematika tersebut. Setelah lambang tersebut disistematisasi akan menghasilkan sebuah produk yang nantinya akan menjadi dasar analisa fenomena di lingkungan. Berger dan Chafee menjelaskan,

> "Ilmu Komunikasi adalah ilmu pengetahuan tentang produksi, proses dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang melalui pengembangan teori-teori yang dapat diuji dan digenerelasikan dengan tujuan menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan produksi, proses dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang." (Berger dan Chafee dalam Senjaya, 2007 : 1.10)

2.1.2 Unsur Komunikasi

2.1.2.1 Komunikator

Pada pembahasan sebelumnya sudah di sebut-sebut peserta komunikasi yakni komunikator dan komunian. Namun, pengertian secara definitif mengenai peserta komunikasi tersebut baru akan dibahas secara rinci pada sub judul ini.

Inisiator komunikasi adalah komunikator, meskipun pada prakteknya komunikan pun akan berfungsi sebagai komunikator juga pada saat interaksi dan transaksi pesan dengan komunikator yang menginisiasi tadi. Oleh karena itu, supaya pembahasan kali ini sistematis sebagaimana ilmu komunikasi membahas permasalah

komunikasi, maka peneliti akan mulai membahas komunikator terlebih dahulu.

Effendi selain menegaskan bahwa komunikator adalah orang yang menyampaikan lambang/pesan yang tentu saja memiliki makna tersendiri yang akan diterjemahkan secara sadar maupun tidak sadar oleh komunikan, juga merinci mengenai apa saja yang biasa disampaikan oleh komunikator/penyampai pesan berupa ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan. Ini menggambarkan bahwa makna yang terkandung dalam pesan itu tak hanya satu. Komunikator akan menyampaikan pesan tersebut kepada komunikan dengan makna yang secara tersurat atau tersirat pada pesan. Hal tersebutlah yang akan menentukan arah pembicaraan selanjutnya dengan komunikan. Effendi menjelaskan bahwa komunikator adalah :

> "*Communicator* - Komunikator adalah orang yang menyampaikan lambang-lambang bermakna atau pesan yang mengandung ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan atau lainnya, kepada orang lain." (Effendi, 2003 : 66)

Pada prinsipnya, Muhammad tak jauh berbeda dalam menjelaskan komunikator/penyampai pesan. Hanya saja beliau lebih menekankan kepada bahagimana proses yang terjadi sebelum komunikator menyampaikan pesan, dari mulai pemilihan kata, bahasa, dan makna yang akan termuat dalam pesan. Sementara pada realitanya, komunkasi tak salamanya seidealis itu, bahkan terkadang *taken for granted* (datang dengan sendirinya), inilah yang dinamakan komunikasi

tak disengaja. Sedangkan pengertian komunikator yang akan membuat komunikasi yang disengaja adalah sebagai berikut :

> "Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak si pengirim pesan. Oleh sebab itu sebelum pengirim mengirimkan pesan si pengirim harus menciptakan dulu pesan yang akan dikirimkannya. Menciptakan pesan adalah menentukan arti apa yang akan dikirimkan kemudian menyandikan/*encode* arti tersebut ke dalam satu pesan. Sesudah itu baru dikirim melalui saluran." (Muhammad, 2002 : 17)

2.1.2.2 Komunikan

Tak lengkap rasanya jika setelah membahas komunikator tak diikuti oleh pembahasan komunikan. Ada hal yang menarik ketika membahas kata komunikan itu sendiri. Sebab, dalam bahasa Inggris komunikan (*communicant*) bukanlah penerima pesan melainkan peserta komunikasi secara umum, baik komunikator atau komunikan disebut komunikan. Dalam hal ini terdapat sedikit perbedaan penggunaan istilah ilmu komunikasi di Indonesia dan ilmu komunikasi dalam bahasa Inggris. Sebagai penjelasan lebih lanjut, pengertian komunikan dalam bahasa Inggris adalah :

> *"Communican*t adalah orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi, baik ia berperan sebagai komunikator maupun komunikan. Istilah komunikan dalam bahasa Idonesia bukan terjemahan dari istilah *communicant* bahasa Inggris, melainkan ciptaan ahli-ahli komunikasi Indonesia yang berarti penerima pesan komunikasi, untuk membedakannya dengan dengan komunikator sebagai penyampai pesan komunikasi." (Effendi, 2003 : 60)

Maka, sebagai perbandingan istilah yang digunakan, peneliti menganggap penting untuk menyebutkan dan menjelaskan kata yang digunakan sebagai istilah dalam ilmu komunikasi yang menjelaskan tentang orang atau sekelompok orang yang menerima pesan, yaitu : "*Communicatee* (komunikati-komunikan) adalah seseorang atau sejumlah orang sebagai penerima pesan yang dilancarkan komunikator kepadanya." (Effendi, 2003 : 60).

"Recipient – Komunikan ; Penerima adalah seseorang atau sejumlah orang sebagai suatu penerima pesan yang disampaikan kepadanya oleh komunikator." (Effendi, 2003 : 307)

Perbedaan penggunaan istilah tersebut kiranya dapat difahami karena bahasa dan atmosfer perkembangan ilmu komunikasi yang berbeda. Yang penting adalah pada saat penyebutan komunikan bisa difahami maksudnya adalah penerima pesan dalam istilah komunikasi Indonesia, dan peserta komunikasi dalam bahasa Inggris.

Menganalisa dan menerjemahkan pesan sehingga difahami oleh dirinya adalah tugas dari komunikan, meskipun sebenarnya tugas ini terlalu teoretis, sebab dengan seringnya interaksi dan transaksi pesan dengan komunikator, tanpa disadari komunikasi yang efektif dimana pesan bisa sama-sama difahami akan berjalan sebagai mana biasanya. Hanya, memang secara mekanik, tugas dari komunikan adalah menganalisis dan menerjemahkan pesan, sebagaimana Muhammad

menjelaskan : “Penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.” (Muhammad, 2007 : 18)

2.1.2.3 Pesan

Pesan menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi. Efektif atau tidaknya komunikasi ditentukan pada pahamnya peserta komunikasi khususnya komunikan terhadap pesan yang disampaikan. Pesan menjadi terasa sangat penting manakala perasaan terlibat didalamnya dalam menerjemahkan pesan komunikator, sebab dalam proses penerjemahan tersebut seringkali perasaan terlibat didalamnya. Seperti Effendi menjelaskan :

> *“Message* – Pesan, suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang bahasa atau lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain.” (Effendi, 2003 : 224)

Sifat komunikasi membagi pesan menjadi dua bagian besar, verbal dan non verbal. Verbal artinya pesan yang disampaikan melalui lisan atau tulisan yang nampak sekali pada media massa, sedangkan non verbal adalal artinya pesan yang disampaikan tanpa melalui lisan atau tulisan, misalnya isyarat/kial. Pembagian pesan verbal dan non verbal lah yang menjadi penekanan Muhammad dalam menjelaskan definisi pesan, yaitu :

> “Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku,

> majalah, memo, sedangkan pesan secara lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio dan sebagainya. Pesan yang nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara." (Muhammad, 2002 : 17)

2.1.2.4 Saluran

Effendi menjelaskan pengertian pesan dari sudut pandang kondisi komunikan yang jauh atau jumlahnya banyak. Ini mengesankan bahwa media berbentuk alat bantu untuk menyampaikan pesan ketika kondisi medan komunikasi tak memungkinkan melalui pesan verbal atau non verbal. Media dalam arti alat bantu memang akan sangat penting pada saat pesan harus diketahui oleh komunikan yang jaraknya jauh atau jumlahnya banyak. Media tersebut lebih jelasnya Effendi jelaskan :

> *"Media* bentuk tunggalnya Medio – Media, sarana yang dipergunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan pesan kepada komunikan, apabila komunikan jauh letaknya atau banyak jumlahnya atau kedua-duanya." (Effendi, 2003 : 220)

Tak hanya alat bantu ternyata yang bisa menjadi media atau sarana-prasarana penyampai pesan, Muhammad menjelaskan bahwa gelombang, cahaya, suara pun bisa menjadi media dari pesan yang disampaikan. Tentu saja media lain pun ikut membantu, sebab media sifatnya temporer dan situasional. Maka disiniah komunikator harus cerdas dalam menetukan media apa yang paling relevan pada saat menghadapi komunikan dan siatuasi tertentu. Berikut beberapa contoh

media yang bisa membantu komunikator, sebagaimana Muhammad jelaskan :

> "Saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari si pengirim dengan si penerima. *Channel* yang biasa dalam komunikasi adalah gelombang cahaya suara dan suara yang dapat kita dengan. Akan tetapi alat dengan cahaya dan suara itu berpindah mungkin berbeda-beda. Misalnya jika ada dua orang berbicara tatap muka gelombang suara dan cahaya di udara berfungsi sebagai saluran. Tetapi jika pembicaraan itu melalui surat yang dikirimkan, maka gelombang surat dan cahaya yang memungkinkan kita dapat melihat huruf pada surat tersebut. Kertas dan tulisan itu sendiri adalah sebagai alat untuk menyampaikan pesan. Kita dapat menggunakan bermacam-macam alat untuk menyampaikan pesan seperti buku, radio, film, televisi, surat kabar tetapi saluran pokoknya adalah gelombang suara dan cahaya. Disamping itu kita juga dapat menerima pesan melalui alat indera penciuman, alat pengecap, dan peraba." (Muhammad, 2002 : 18)

2.1.2.5 Umpan Balik

Mengetahui efektif tidaknya suatu peristiwa komunikasi sebagaimana telah disinggung, akan bisa diukur dari umpan balik. Artinya, jika umpan balik sama seperti yang diinginkan komunikator, maka komunikasi tersebut efektif. Begitu pula sebaliknya. Effendi menilai bahwa umpan balik tak semata-mata diberikan komunikan kecuali komunikan telah menilainya baik secara langsung melalui lisan atau tulisan, maupun secara tidak langsung misalnya kerutan wajah menandakan komunikan tidak mengerti atas apa yang disampaikan komunikator. Hal tersebut sebagaimana dijelaskan seperti di bawah ini, "*Feedback* – Umpan balik, Proses sampainya tanggapan komunikan

kepada komunikator, setelah komunikan menilai suatu pesan yang ditujukan kepadanya." (Effendi, 2003 : 60)

Pengertian Muhammad mengenai komunikan tak jauh berbeda dengan Effendi bahkan cenderung mirip, dimana komunikasi efektif dapat diukur bila umpan balik sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator. Kemiripan tersebut nampak pada pengertian umpan balik dibawah ini :

> "Balikan adalah respons terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada penerima pesan. Dengan diberikan reaksi ini kepada si pengirim, pengirim akan dapat mengetahui apakah pesan yang dikirimkan tersebut diinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim. Bila arti pesan yang dimaksudkan oleh si pengirim diinterpretasikan sama oleh penerima berarti komunikasi tersebut efektif." (Muhammad, 2002 : 18)

2.1.3 Prinsip Komunikasi

Menurut Seiler, ada empat prinsip dasar komunikasi yaitu : 1) suatu proses, 2) suatu sistemik, 3) interaksi dan transaksi, dan 4) dimaksudkan atau tidak dimaksudkan. Masing-masing dari prinsip ini dijelaskan sebagai berikut

a. Komunikasi adalah suatu proses

> "Komunikasi adalah suatu proses karena merupakan suatu seri kegiatan yang terus-menerus, yang tidak mempunyai permulaan atau akhir dan selalu berubah-ubah. Komunikasi juga bukanlah suatu barang yang dapat ditangkap dengan tangan untuk diteliti. Komunikasi menurut Seiler lebih merupakan cuaca yang terjadi dan bermacam-macam variable dan kompleks dan terus berubah. Komunikasi juga melibatkan suatu variasi saling berhubungan yang kompleks yang tidak pernah ada duplikat dalam

cara yang persis sama yaitu : saling hubungan diantara orang, lingkungan, keterampilan, sikap, status, pengalaman, dan, perasaan, semua menetukan komunikasi yang terjadi pada pada suatu waktu tertentu. Bila dilihat sepintas lalu suatu komunikasi mungkin tidak berarti, tetapi bila dipandang sebagi suatu proses, maka kepentingannya sangat besar. Misalnya : Suatu komunikasi yang hanya terdiri atas satu perkataan akan dapat memperlihatkan suatu perubahan. Perubahan itu mungkin terjadi langsung atau tidak langsung, bararti atau tidak berarti, tetapi semuanya itu terjadi sebagai hasil dari proses komunikasi. Jadi, komunikasi tersebut disamping berubah-ubah juga dapat menimbulkan perubahan." (Seiler dalam Muhammad, 2002 : 19)

b. Komunikasi adalah suatu sistemik

"Komunikasi terdiri atas beberapa komponen dan masing-masing komponen tersebut mempunyai tugasnya masing-masing. Tugas dari komponen itu berhubungan satu sama lain untuk menghasilkan suatu komunikasi. Antara satu komponen dengan komponen lain saling berkaitan dan bila terdapat gangguan pada satu komponen akan berpengaruh pada proses komunikasi secara keseluruhan." (Seiler dalam Muhammad, 2002 : 20)

c. Komunikasi adalah interaksi dan transasksi

"Yang dimaksud dengan istilah interaksi adalah saling bertukar komunikasi. Misalnya seseorang berbicara dengan dengan temannya mengenai sesuatu, kemudian temannya yang mendengar memberikan reaksi atau komentar terhadap apa yang sedang dibicarakan. Dalam keadaan demikian komunikasi bersifat transaksi. Jadi komunikasi yang tersaji diantara manusia dapat berupa interaksi dan transaksi." (Seiler dalam Muhammad, 2002 : 20)

d. Komunikasi adalah dimaksudkan atau tidak dimaksudkan

"Komunikasi yang disengaja terjadi apabila pesan yang mempunyai maksud tertentu dikirimkan kepada penerima yang dimaksudkan. Tetapi apabila pesan yang tidak sengaja dikirimkan atau tidak dimaksudkan untuk orang tertentu untuk menerimanya maka itu dinamakan komunikasi tidak disengaja. Komunikasi yang ideal terjadi apabila seseorang bermaksud mengirimkan pesan tertentu terhadap orang lain yang ia inginkan untuk menerimanya. Tetapi itu bukanlah jaminan bahwa pesan itu akan efektif, karena tergantung faktor lain yang juga ikut berpengaruh kepada proses komunikasi. Kadang-kadang ada juga pesan

yang sengaja dikirimkan kepada orang yang dimaksudkan tetapi sengaja tidak diterima oleh orang itu." (Seiler dalam Muhammad, 2002 : 21 – 22)

Deddy Mulyana menjelaskan lebih dalam dan detil lagi prinsip-prinsip komunikasi menjadi dua belas macam, termasuk didalamnya dibahas apa yang telah dibahas Seitel yaitu komunikasi adalah proses sistemik. Prinsip-prinsip tersebut adalah :

Prinsip 1 : Komunikasi adalah proses simbolik

"Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama, misalnya memasang berdera di halaman rumah untuk menyatakan penghormatan atau kecintaan kepada negara. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antar manusia dan objek (baik nyata ataupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tertentu. Lambang adalah salah satu kategori tanda. Hubungan antara tanda dengan objek dapat juga direpresentasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan. Ikon adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang direpresentasikannya. Representasi ini ditandai dengan kemiripan." (Mulyana, 2008 : 92)

Prinsip 2 : Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi

"Kita tidak dapat tidak berkomunikasi (*we cannot not to communicate*). Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah berkomunikasi. Alih-alih komunikasi yang terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Cobalah Anda meminta seseorang untuk tidak berkomunikasi. Amat sulit baginya untuk berbuat demikian, karena setiap perilakunya punya potensi untuk ditafsirkan. Kalau ia tersenyum, ia ditafsirkan bahagia, kalau ia cemberut ia ditafsirkan ngambek. Bahkan ketika kita berdiam sekalipun, ketika kita mengundurkan diri dari komunikasi dari komunikasi dan lalu menyendiri, sebenarnya kita mengkomunikasikan banyak pesan. Orang lain mungkin akan menafsirkan diam kita sebagai malu, segan, ragu-

ragu, tidak setuju, tidak peduli, marah, atau bahkan malas atau bodoh.” (Mulyana, 2008 : 108)

Prisnsip 3 : Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan

“Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara non verbal. Dimensi ini menunjukan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu, dan bagaimana pesan itu ditafsirkan.” (Mulyana, 2008 : 109)

Prinsip 4 : Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan

“Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesengajaan, dari komunikasi yang tidak disengaja sama sekali (misalnya ketika Anda melamun sementara orang memperhatikan Anda) sehingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari (ketika Anda menyampaikan pidato). Kesengajaan bukanlah syarat untuk terjadinya komunikasi. Meskipun kita tidak sama sekali bermaksud menyampaikan pesan kepada orang lain, perilaku kita potensial ditafsirkan orang lain. Kita tidak dapat mengendalian orang lain untuk menafsirkan atau tidak menafsirkan perilaku kita.” (Mulyana, 2008 : 111)

Prisnsip 5 : Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu

"Makna pesan juga bergantung pada konteks fisik dan ruang (termasuk iklim, suhu, intensitas cahaya, dan sebagainya), waktu, sosial dan psikologis. Topik-topik yang lazim dipercakapkan di rumah, tempat kerja, atau tempat hiburan seperti "lelucon", "acara televisi", "mobil", "bisnis", atau "perdagangan" terasa kurang sopan bila dikemukakan di masjid. Tertawa terbahak-bahak atau memakai pakaian dengan warna menyala, seperti merah, sebagai perilaku non verbal yang wajar dalam suatu acara pesta persepsi kurang beradab bila hal itu ditampakkan dalam acara pemakaman." (Mulyana, 2008 : 114)

Prinsip 6 : Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi

"Ketika orang-orang berkomunikasi, mereka meramalkan efek prilaku komunikasi mereka. Dengan kata lain, komunikasi juga terikat oleh aturan atau tatakrama. Artinya orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon. Prediksi ini tidak selalu disadari, dan sering berlangsung cepat. Kita dapat memprediksi perilaku komunikasi orang lain berdasarkan peran sosialnya." (Mulyana, 2008 : 115)

Prinsip 7 : Komunikasi bersifat sistemik

"Setiap individu adalah suatu sistem yang hidup (*a living system*). Setidaknya dua sistem dasar beroperasi dalam transaksi komunikasi itu : sistem internal dan sistem eksternal. Sistem internal adalah seluruh sistem sistem nilai yang dibawa oleh individu ketika ia berpartisipasi dalam komunikasi, yang ia serap selama sosialisasinya dalam berbagai lingkungan sosialisasinya (keluarga, masyarakat setempat, kelompok suku, kelompok agama, lembaga pendidikan, kelompok sebaya, tempat kerja, dan sebagainya). Istilah-istilah lain yang identik dengan sistem internal ini adalah kerangka rujukan (*frame of refrence*), bidang pengalaman (*field of experience*), struktur kognitif (*cognitive structure*), pola pikir (*thinking partnerns*), keadaan intenal *(internal states*), dan sikap (*attitude*).

Sistem eksternal terdiri dari unsur-unsur dalam lingkungan di luar individu, termasuk kata-kata yang ia pilih untuk berbicara, isyarat fisik peserta komunikasi, kegaduhan di sekitarnya, penataan ruangan, cahaya, dan temperature ruangan. Elemen-elemen ini adalah stimulus publik yang terbuka bagi setiap peserta komunikasi dalam setiap transaksi komunikasi." (Mulyana, 2008 : 116)

Prinsip 8 : Semakin mirip latar belakang budaya semakin efektiflah komunikasi

"Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi). Dalam kenyataanya tidak pernah ada dua manusia yang persis sama, meskipun mereka kembar yang diasuh dan dilahirkan dalam keluarga yang sama, diberi makan yang sama dan diasuh dengan cara yang sama. Namun kesamaan dalam hal-hal tertentu, misalnya agama, ras (suku), bahasa, tindak pendidikan, atau tingkat ekonomi akan mendorong orang-orang untuk saling tertarik dan pada gilirannya karena kesamaan tersebut komunikasi mereka menjadi lebih efektif. Kesamaan bahasa khususnya akan membuat orang-orang yang berkomunikasi lebih mudah mencapai pengertian bersama dibandingkan dengan orang-orang yang tidak memahani bahasa yang sama." (Mulyana, 2008 : 117 - 118)

Prisnsip 9 : Komunikasi bersifat nonsekunsial

"Meskipun terdapat banyak model komunikasi linier atau satu arah seperti sebenarnya komunikasi manusia pada bentuk dasarnya (komuniaksi tatap muka) bersifat dua arah. Ketika seseorang berbicara dengan yang lainnya, atau kepada sekelompok orang seperti dalam rapat atau kuliah, sebetulnya komunikasi itu berjalan dua arah, karena orang-orang yang kita anggap sebagai pendengar atau penerima pesan sebenarnya juga menjadi "pembicara" atau pemberi pesan pada saat yang sama, yaitu lewat perilaku nonverbal mereka." (Mulyana, 2008 : 118)

Prinsip 10 : Komunikasi bersifat prosedural, dinamis, dan transaksional

"Seperti juga waktu dan eksistensi, komunikasi tidak mempunyai awal dan tidak mempunyai akhir, melainkan merupakan proses yang sinambung (*continuous*). Bahkan kajadian yang sangat sederhana sekalipun." (Mulyana, 2008 : 120)

Prinsip 11 : Komunikasi bersifat *irreversible*

"Suatu perilaku merupakan suatu peristiwa, oleh karena itu peristiwa, perilaku berlangsung dalam waktu dan tidak dapat "diambil kembali". Dalam komunikasi sekali Anda mengirimkan pesan, Anda tidak dapat mengendalikan pesan tersebut bagi khalayak, apalagi menghilangkan efek pesan tersebut sama sekali." (Mulyana, 2008 : 124)

Prinsip 12 : Komunikasi bukan panasea yang bisa menyelesaikan berbagai masalah.

> "Banyak konflik dan persoalan antarmanusia disebabkan oleh masalah komunikasi. Namun komunikasi bukanlah panasea (obat mujarab) untuk menyelesaikan konflik dan persoalan itu, karena persoalan atau konflik itu berkaitan dengan masalah struktural. Agar komunikasi efektif kendala struktural ini juga harus diatasi." (Mulyana, 2008 : 126)

2.1.4 Tipe Komunikasi

Tipe komunikasi diklasifikasikan berdasarkan sudut pandang dan pengalaman dari masing-masing pakar. Dibawah ini akan dijelaskan tipe-tipe komunikasi yang tak hanya menurut satu kelompok pakar komunikasi, melainkan dari beberapa kelompok pakar yang lainnya.

> "Kelompok Sarjana Komunikasi Eropa membagi komunikasi menjadi dua macam, yakni kemunikasi antarpersonal dan komunikasi massa. R. Wayne Pace dari Birmingham Young University membagi komunikasi menjadi tiga tipe, yakni komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antara pribadi, dan komunikasi khalayak. Kelompok Sarjana Komunikasi Amerika menyebutkan lima tipe komunikasi, komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*), komunikasi massa (*mass communication*), dan komunikasi public (*public communication*). Sementara Josep A Devito dari City University of New York membagi komunikasi menjadi empat tipe, yakni komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik, dan komunikasi massa." (Dewi, 2007 : 11)

2.1.5 Komunikasi Efektif

Pada pembahasan umpan balik telah sedikit dibahas mengenai komunikasi efektif. Yaitu, ketika umpan balik sesuai dengan maksud komunikator. Meskipun komunikasi bukanlah *panasea* (obat mujarab) bagi setiap masalah, namun dengan kesamaan makna dan maksud peserta komunikasi langkah awal yang positif telah didapatkan yaitu, masalah telah teridentifikasi. Kemudian diikuti dengan penanganan berikutnya yang lebih relefan dengan masalah tersebut. Dewi memaparkan manfaat komunikasi efektif adalah sebagai berikut :

> "Komunikasi akan efektif apabila terjadi pemahaman yang sama dan merangsang pihak lain untuk berfikir atau melakukan sesuatu. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif akan menambah keberhasilan individu maupun organisasi. Komunikasi yang efeketif akan membantu mengantisipasi masalah-masalah, membuat keputusan yang tepat, mengoordinasikan aliran kerja, mengawasi orang lain, dan mengembangkan berbagai hubungan." (Dewi, 2007 : 14)

Berbicara tentang komunikasi efektif, lebih jauh akan ditemukan fakta bukan hanya alat ukurnya berupa persamaan makna, melainkan hal-hal apa saja yang menjadi faktor utama komunikasi efektif seperti Dewi jelaskan :

1. Kredibilitas dan daya tarik komunikator

> "Kredibilitas komunikator menunjukan bahwa pesan yang disampaikannya dianggap benar dan dapat dipercaya. Kepercayaan yang tinggi terhadap komunikator akan menyebabkan kesediaan komunikan untuk menerima dan mengubah sikap sesuai keinginan komunikator. Buruknya kredibilitas komunikator bisa menimbulkan ketidakpercayaan sehingga komunikan tidak bersedia melakukan perubahan sikap, padahal pesan yang disampaikan komunikator sesungguhnya benar. Selain muncul melalui kepercayaan, kredibilitas juga bisa muncul melalui keahlian dan status sosial

Seorang komunikator yang memiliki daya tarik akan dikagumi, disenangi, dan komunikannya bersedia melakukan upaya perubahan sikap. Contoh komunikator yang memiliki daya tarik adalah seorang artis. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan jika banyak organisasi melibatkan artis agar komunikasi menjadi lebih efektif.

2. Kemampuan pesan untuk membangkitkan minat

   Suatu pesan akan menimbulkan reaksi dan umpan balik apabila memenuhi kondisi berikut :

   - Menarik perhatian, agar menarik perhatian, pesan dirancang dengan format yang baik, pilihan kata yang tepat, serta waktu dan penyampaian yang tepat.
   - Menggunakan lambang atau bahasa yang dipahami komunikan
   - Mampu memahami kebutuhan pribadi komunikan

3. Kemampuan komunikan untuk menerima dan memahami pesan

   Komunikasi akan berlangsung secara efektif apabila komunikan memiliki kemampuan untuk memahami pesan, sadar akan kebutuhan dan kepentingannya, serta secara fisik dan mental mampu menerima pesan.” (Dewi, 2007 : 15)

2.1.6 Hambatan Komunikasi

Untuk berkomunikasi secara efektif tidaklah cukup hanya dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi, tetapi juga disertai dengan pemahaman mengenai hambatan-hambatannya. Hambatan komunikasi bisa terjadi diantara individu (antarmanusia) maupun dalam organisasi. “Hambatan komunikasi antara manusia bisa berupa :

1. Perbedaan persepsi dan bahasa

   Persepsi merupakan interpretasi pribadi atas suatu hal. Definisi seseorang mengenai suatu kata mungkin berbeda dengan orang lain.

2. Pendengaran yang buruk

   Walaupun sudah mengetahui cara mendengar yang baik, ternyata menjadi pendengar yang baik tidaklah mudah. Dalam keadaan melamun atau lelah memikirkan masalah lain, seseorang cenderung kehilangan minat mendengar.

3. Gangguan emosional

   Dalam keadaan kecewa, marah, sedih, atau takut, seseorang akan merasa kesulitan untuk menyusun pesan atau menerima pesan dengan baik. Secara praktis, tidak mungkin menghindari komunikasi ketika sedang ada dalam keadan emosi. Kesalahpahaman sering terjadi akibat gangguan emosional.

4. Perbedaan budaya

   Berkomunikasi dengan orang lain yang berbeda budaya tidak dapat dihindari, terlebih lagi dalam zaman globalisasi ini. Perbedaan budaya merupakan hambatan yang paling sulit diatasi.

5. Gangguan fisik

   Pengirim atau penerima mungkin terganggu oleh hambatan yang bersifat fisik, seperti akustik yang jelek, tulisan yang tidak dapat dibaca, cahaya yang redup, atau masalah kesehatan. Gangguan fisik bisa mengganggu konsentrasi dalam berkomunikasi." (Dewi, 2007 : 15)

Cangara menambahkan, disamping kelima hambatan komunikasi tersebut ada dua lagi hambatan yang tak kalah sulitnya ketika menjadi kendala komunikasi. Dua hal tersebut adalah :

- "Gangguan teknis, misalnya gangguan pada stasiun radio, jaringan telepon, kerusakan pada alat komunikasi, dan lain-lain.
- Rintangan status merupakan rintangan yang terjadi karena perbedaan status sosial dan senioritas. Misalnya, antara raja dengan rakyat, antara atasan dan bawahan, dan antara dosen dan mahasiswa." (Cangara dalam Dewi, 2007 : 18)

2.1.7 Mengatasi Hambatan dan Memperbaiki Komunikasi

Menanggapi hambatan komunikasi seperti telah dijelaskan Dewi dan Cangara, Bovee dan Thill mencoba untuk memberikan jalan keluar berupa langkah-langkah untuk tetap menjaga iklim komunikasi efektif, yaitu :

1. Memelihara iklim komunikasi terbuka

   "Iklim komunikasi merupakan campuran dari nilai, tradisi, dan kebiasaan. Komunikasi terbuka akan mendorong keterusterangandan kejujuran serta mempermudah umpan balik.

2. Bertekad memegang teguh etika komunikasi

   Etika merupakan prinsip-perinsip yang mengatur seseorang uantuk bersikap dan membawa diri. Orang-orang yang tidak etis biasanya egois dan tidak perduli salah atau benar, serta menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuan. Komunikasi etis termasuk semua informasi yang relevan, benar dalam segala segi, dan tidak memperdayakan orang lain dangan cara apapun. Perbedaan nilai-nilai yang dianut bisa menyebabkan terjadinya dilema etika. Misalnya mengungkapkan rahasia atau merahasiakan kecurangan yang dilakukan organisasi.

3. Memahami kesulitan komunikasi antarbudaya

   Majunya perkembangan teknologi dan informasi telah menyebabkan terjadinya interaksi antara budaya. Baik dalam lingkup regional, nasional, maupun internasional. Memahami latar belakang, pengetahuan, kepribadian, dan persepsi antarbudaya akan membantu mengatasi hambatan komunikasi yang terjadi karena perbedaan budaya.

4. Menggunakan pendekatan komunikasi yang berpusat pada penerima

   Menggunakan pendekatan yang berpusat pada penerima berarti tetap mengingat penerima ketika sedang berkomunikasi. Sikap empati, peduli, atau peka terhadap perasaan dan kepentingan orang lain bisa menjadi kunci keberhasilan komunikasi.

5. Menggunakan teknologi secara bijaksana dan bertanggungjawab untuk memperoleh dan berbagi informasi.

   Teknologi dapat dipergunakan untuk menyusun, merevisi, dan mendistribusikan pesan. Penggunaan yang bijaksana dan bertanggungjawab akan mendorong terciptanya komunikasi yang efektif.

6. Menciptakan dan merespon pesan secara efektif dan efisien. Hal itu dapat dilakukan dengan cara :

   - Memahami penerima pesan
   - Menyesuaikan pesan penerima
   - Mengembangkan dan menguhubungkan gagasan
   - Mengurangi jumlah pesan
   - Memilih saluran atau media yang tepat
   - Meningkatkan keterampilan berkomunikasi.” (Bovee dan Thill dalam Dewi, 2007 : 18)

2.1.8 Komunikasi Organisasi

2.1.8.1 Pengertian Organisasi

> “Organisasi merupakan satu kumpulan atau sistem individual yang melalui satu hierarki jenjang dan pembangian kerja, berupaya mencapai tujuan, yang ditetapkan.” (Senjaya, 2007 : 4.4)

Dari definisi Senjaya, peneliti mencoba menerjemahkan bahwa dalam organisasi bukanlah tempatnya untuk mengembangkan sifat individual. Organisasi adalah tempatnya bagi insan yang ingin saling membantu satu sama lain dengan batasan tugas dan kedudukan masing-masing dalam organisasi yang dimaksud untuk mencapat tujuan bersama.

Sementara menurut Haryani, kerjasama atau kolektifitas tersebut dilaksanakan secara sengaja, tentu saja membutuhkan paling tidak dua orang atau lebih. Namun, untuk menjalin kerjasama yang baik tak bisa dibentuk dalam waktu yang relatif singkat, harus ada jeda waktu untuk

membentuk satu kesatuan emosional dalam bakerja sama. Haryani menjelaskan arti organisasi itu sebagai berikut : "Organisasi adalah suatu unit sosial yang dikoordinasikan secara sengaja, yang terdiri dari dua orang atau lebih, yang didirikan untuk jangka waktu lama." (Haryani dan Dewi, 2007 : 21)

Persamaan arti organisasi antara Haryani dengan Schein adalah pada sisi koordinasinya, namun Schein lebih menekankan pada sisi koordinasi otoritas. Sebagaimana telah kita tahu, bahwa dalam organisasi selalu terdapat struktur organisasi, semakin tinggi struktur maka otoritas dan fungsi dalam organisasinya makin tinggi, Schein memakai istilah *hierarki otoritas*, sebagai berikut :

> "Organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian kerja dan fungsi melalui hierarkis otoritas dan tanggung jawab." (Schein dalam Muhammad, 2002 : 23)

Kohcler dan Wright memberikan penjelasan mengenai organisasi tak jauh berbeda dengan Senjaya, yaitu menekankan pada koordinasi dalam mencapai tujuan tertentu. Kohler dan Wright menjelaskan : "Organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu." (Kohcler dalam Muhammad, 2002 : 23)

> "Organisasi adalah suatu bentuk sistem terbuka dari aktivitas yang dikoordinasi oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama." (Wright dalam Muhammad, 2002 : 24)

Walaupun ketiga pendapat (Schein, Kohcler, dan Wright) mengenai organisasi tersebut kelihatannya berbeda-beda perumusan tapi ada tiga hal yang sama dikemukakan yaitu : organisasi merupakan suatu sistem, mengkoordinasi aktivitas dan mencapai tujuan bersama atau tujuan umum. Dikatakan merupakan suatu sistem karena organisasi itu terdiri atas berbagai bagian yang saling tergantung satu sama lain. Bila satu bagian terganggu maka akan ikut berpengaruh pada bagian yang lain.

Setiap organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak mengganggu bagian lainnya. Tanpa koordinasi sulitlah organisasi itu berfungsi dengan baik.

2.1.8.2 Ciri-Ciri Organisasi

Koordinasi, kerjasama, pembagian tugas, otoritas adalah beberapa poin yang bisa kita ambil sebagai ciri-ciri dari organisasi. Namun untuk lebih tegasnya mengenai ciri-ciri organisasi adalah :

Secara umum, “organisasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Adanya pembagian tugas dan tanggung jawab
2. Adanya pusat kekuasaan
3. Adanya substitusi sumber daya manusia
4. Adanya ketergangtungan antaranggota
5. Adanya koordinasi antarkomponen
6. Adanya interaksi yang berulang-ulang.” (Dewi, 2007 : 21)

Schein memberikan catatan mengenai ciri-ciri/karekter organisasi secara ringkas dan tak berbeda jauh dengan pengertiannya mengenai organisasi. Ciri-ciri organisasi menurut Schein adalah :

> "Organisasi juga mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain menandakan bahwa organisasi yang dimaksud Schein ini adalah merupakan suatu sistem." (Schein dalam Muhammad, 2002 : 23)

2.1.8.3 Pengertian Komunikasi Organisasi

"Komunikasi organisasi, arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain." (Goldhaber dalam Senjaya, 2007 : 4.5)

> "Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dengan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Oleh karena itu, organisasi dapat diartikan sebagai kelompok dari kelompok-kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antar pribadi dan adakalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, kemunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung kepada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk selentingan dan gossip." (Mulyana, 2008 : 83)

Komunikasi organisasi memiliki keunikan. Di satu sisi bersifat formal, namun di sisi lain bisa juga informal. Begitu pula secara struktur, pada satu waktu ia bisa fertikal, tapi pada waktu yang lain ia bisa juga horizontal. Pada prakteknya, kontekslah yang menentukan formal, informal, vertikal, atau horisontal. Anggota organisasi pada

suatu waktu bisa dianggap atasan, *boss*, pemimpin, namun di lain kesempatan ia hanyalah teman biasa atau bahkan sahabat. Hal-hal seperti inilah yang ingin disampaian Mulyana terkait pengertian komunikasi organisasi.

2.1.8.4 Arus Komunikasi Organisasi

> "Arus komunikasi yang berlangsung dalam suatu organisasi, yaitu arus komunikasi vertikal yang terdiri dari arus komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan arus komunikasi dari bawah ke atas (*upward communication*) serta arus komunikasi yang berlangsung antara dan diantara bagian ataupun karyawan dalam jenjang atau tinkatan yang sama. Arus komunikasi ini dikenal dengan nama komunikasi horizontal" (Senjaya, 2007 : 4.3)

Arus komunikasi menurut Senjaya menetukan konteks. Apakah pada saat itu komunikasi berlangsung formal, informal, vertikal, atau horisontal. Pada konteks horisontal komunikasi berlangsung secara informal, sebab komunikan yang dihadapi oleh komunikator biasanya rekan sekantor, maka akan berlangsung informal. Sementara perbincangan akan berlangsung formal pada saat pembicaraan kantor atau vertikal, ketika berbicara dengan orang yang levelnya lebih tinggi. Senjaya menjelaskan arus komunikasi ini pada pengertian di atas.

2.1.8.5 Fungsi-fungsi Arus Komunikasi dalam Komunikasi Organisasi

Fungsi arus komunikasi organisasi akan dibahas lebih lengkap oleh Ronald Adler dan George Rodman sebagai berikut :

> "Pertama adalah *downward communication*. Komunikasi ini berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah adalah :
>
> 1. Pemberian atau penyampaian instruksi kerja (*job instruction*)
> 2. Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job rationale*)
> 3. Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedures and practices*)
> 4. Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik
>
> Sedangkan *upward communication* terjadi ketika bawahan (*subordinate*) mengirim pesan kepada atasannya. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas adalah :
>
> 1. Penyampaian informasi tentang pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan
> 2. Penyampaikan informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan
> 3. Penyampaian saran-saran perbaikan bawahan
> 4. Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaanya
>
> Arus komunikasi berikutnya adalah horisontal communication. Tindak komunikasi ini berlangsung diantara para karyawan ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horisontal ini adalah :
>
> 1. Memperbaiki koordinasi tugas
> 2. Upaya pemecahan masalah

3. Saling berbagi informasi
4. Upaya pemecahan konflik
5. Membina hubungan melalui kegiatan bersama." (Senjaya, 2007 : 4.5 – 4.6)

2.1.8.6 Teknik Persuasif dalam Komunikasi Organisasi

Manusia pada dasarnya ingin dihormati, tidak ingin dipaksa, diperintah sewenang-wenang bahkan oleh atasannya sekalipun, atau orang yang lebih tua darinya. Namun ketika kesadaran untuk melakukan suatu kegiatan tumbuh dengan sendirinya tanpa paksaan, hasilnya akan jauh berbeda daripada paksaan tadi. Teknik komunikasi persuasiflah yang memiliki tipe untuk menumbuhkan kesadaran seperti ini. Seperti dijelaskan oleh Senjaya :

> Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya keyakinan ini, maka banyak pimpinan yang suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan kalu pemimpin sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya (Senjaya, 2007 : 4.10)

Effendi menegaskan bahwa secara psikologis berbeda antara ajakan dan suruhan. Ajakan cenderung pengajak ikut melakukan/andil terhadap kegiatannya itu, sehingga dilakukan bersama-sama. Lain halnya dengan suruhan, cendrerung yang menyuruh tidak ambil bagian dalam kegiatan itu. Dalam konteks komunikasi organisasi, banyak sekali atasan/pimpinan organisasi kini menggunakan teknik komunikasi

persuasif dalam menyukseskan suatu program karena lebih efektif. Hal demikian sebagaimana dijelaskan oleh Effendi dan Dewi :

> "Proses mempengaruhi sikap, pendangan atau prilaku seseorang, dalam bentuk kegiatan membujuk, mengajak, dan sebagainya. Sehingga ia melakukannya dengan kesadaran sendiri. Berasal dari kata Latin, *persuasion* yang berarti ajakan atau bujukan." (Effendi, 2003 : 270)
>
> Komunikasi berfungsi mengajak orang lain mengikuti atau menjalankan ide/gagasan atau tugas. (Dewi, 2007 : 22)

Tujuan persuasi menjadi perhatian tersendiri bagi Pace, Peterson, dan Burnet tanpa membahas lebih rinci bagaimana tekniknya supaya komunikan dapat mengadopsi pandangan komunikator. Menurut mereka, persuasi adalah :

> "Persuasi sebagai tindakan komunikasi yang bertujuan untuk membuat komunikan mengadopsi pandangan komunikator mengenai suatu hal atau melakukan suatu tindakan tertentu." (Pace, Peterson, dan Burnett dalam Venus, 2007 : 30)

Menghasilkan kepercayaan, sikap, dan prilaku adalah beberapa tujuan persuasi. Definisi persuasi menurut Johnston hanya sedikit saja dibahas tentang bagaimana metode persuasi dapat mencapai tujuan-tujuan tadi, yaitu merekontruksi realitas di sekitar komunikan dengan pertukaran simbol, sebab sulit rasanya persuasi dapat mancapai tujuananya tanpa adanya interaksi dan transaksi sosial. Oleh karena itu, Johnston menjelaskan persuasi sebagai berikut :

> "Persuasi adalah transaksional diantara dua orang atau lebih dimana terjadi upaya merekontruksi realitas melalui pertukaran makna simbolis yang kemudian menghasilkan kepercayaan,

> sikap dan atau perilaku secara sukarela." (Johnston dalam Venus, 2007 : 30)

Kesimpulan dari dua definisi persuasi adalah setiap tindakan komunikasi yang ditujukan untuk mengubah atau memperteguh sikap, kepercayaan, dan prilaku khalayak secara sukarela sehingga sejalan dengan apa yang diharapkan komunikator.

Metode persuasi yang singkat saja dibahas pada definisi persuasi yang diberikan oleh Johnston, kiranya dapat ditemukan metode persauasi lain yang relatif lebih beragam. Sebagai dasar dari metode persuasi, kita bisa memperhatikan beberapa tanda-tanda persuasi yang diajukan oleh Venus, sehingga dapat diketahui waktu dan tempat dimana proses persuasi dapat dilangsungkan. Ciri-ciri tersebut adalah :

> "Pada kenyataaanya persuasi selalu ditandai oleh empat hal yakni : melibatkan sekurang-kurangnya dua pihak, adanya tindakan secara sengaja mempengaruhi, terjadinya pertukaran pesan persuasif, dan adanya kesukarelaan dalam menerima atau menolak gagasan yang ditawarkan." (Venus, 2007 : 30)

2.1.8.7 Memperbaiki Kemampuan Berkomunikasi dalam Organisasi

Terdapat tiga prinsip yang harus diperhatikan oleh pelaku komunikasi untuk memperbaiki kemampuan komunikasi organisasi :

"Prinsip pertama adalah bagaimana mendefinisikan tujuan kita berkomunikasi. Orang berkomunikasi untuk memperoleh hasil yang diharapkan, namun mereka tak selalu tahu dengan tepat hasil-hasil apa yang mereka cari. Ada dua cara yang bisa dilakukan untuk mendefinisikan tujuan komunikasi, yaitu apa yang kita inginkan terjadi. Artinya pastikan bahwa tujuan kita berkomunikasi sudah spesifik, karena kalau tujuan kita tidak jelas, maka kita tidak akan selalu siap untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Cara kedua yang dilakukan adalah memastikan apakah tujuan kita realiastis, dalam arti apa tujuan yang kita harapkan memiliki peluang untuk berhasil atau tidak.

Prinsip kedua dalam memperbaiki kemampuan berkomunikasi dalam organisasi adalah memilih *audience* yang terbaik. Setiap pesan yang kita sampaikan akan memiliki *audience* yang potensial, karena berkomunikasi dengan setiap orang mansyaratkan satu pendekatan yang berbeda dan kemungkinan akan mendapatkan hasil yang berbeda pula.

Perinsip ketiga adalah menggunakan saluran (channel) yang terbaik. Ada beberapa saluran komunikasi baik secara lisan maupun tertulis yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan organisasional. Memilih satu dari beberapa dari beberapa saluran komunikasi yang ada seharusnya seharusnya tidak menjadi keputusan yang dilakukan secara sambil lalu, karena setiap saluran komunikasi mempunyai keuntungan sekaligus kerugian. Ada dua jenis saluran, yaitu saluran komunikasi lisan (*oral communication*) dan saluran komunikasi tertulis (*written communication*)." (Senjaya, 2007 : 4.22 – 4.23)

Tabel 2.1

Komunikasi Lisan dan Komunikasi Tertulis

Komunikasi Lisan	Komunikasi Tertulis
Lebih personal (pribadi)	Lebih formal (resmi)
Efektif untuk gagasan yang relatif sederhana	Efektif untuk gagasan yang relatif kompleks
Memberikan umpan balik segera	Memberikan umpan balik yang tertunda
Off the record	Ada catatan resmi
Efektif kalau mencari respons yang cepat dan emosional	Efektif kaau mancari respons yang tertunda

Sumber : Ronal B. Adler, George Rodman, Understanding Human Communication, Second Edition, dalam Senjaya, 2007 : 4.14)

2.1.8.8 Hambatan Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi sering terganggu karena materinya lebih rumit, jumlahnya banyak, dan kontroversial. Hambatan komunikasi dalam organisasi. Oleh kerena itu sebelum mengetahui solusinya, Dewi menjelaskan sebagai berikut masalah-masalah seputar komunikasi organisasi:

1. Kelebihan beban informasi dan pesan bersaing

"Perkembangan teknologi telah menyebabkan jumlah pesan dalam suatu organisasi meningkat tajam hingga kecepatan yang semakin tinggi. Pesan melalui surat-surat pos, *email*, dan telepon dari berbagai sumber telah membanjiri organisasi dan masing-masing bersaing untuk memperoleh perhatian lebih awal. Hal ini bisa berakibat pada adanya pesan yang tidak ditanggapi, pesan yang dianggap tidak penting, atau pemberian respons yang tidak akurat.

2. Penyaringan yang tidak tepat

Ketika meneruskan pesan orang lain dalam oranisasi, biasanya terjadi penyaringan yang dilakukan dengan memotong atau menyingkat pesan. Pesan dalam organisasi dikirim melalui berbagai saringan. Misalnya, melewati penjaga pintu terlebih dahulu, karyawan kabtor depan, sekretaris, baru kemudian sampai kepada pimpinan. Bisa jadi suatu pesan penting tidak sampai sebagian atau bahkan seluruhnya karena telah dipotong atau dibuang.

3. Iklim komunikasi tertutup atau tidak memadai

Pertukaran informasi yang bebas dan terbuka merupakan salah satu ciri komunikasi yang efektif. Iklim komunikasi sangat terkait dengan gaya manajemen. Gaya manajemen yang tertutup cenderung menghambat pertukaran informasi. Demikian pula saluran yang terallu banyak bisa mengubah pesan ketika bergerak vertikal dan horisontal dalam sebuah organisasi." (Dewi, 2007 : 17)

2.1.9 Pengertian Humas/*Public Relations*

Humas atau *Public Relation* dan manajemen dalam sebuah institusi tak bisa dipisahkan, keduanya saling membutuhkan dalam mengelola institusi sekaligus publiknya sesuai dengan *job description*-nya (pembagian kerja) masing-masing. Jika manajemen, objek pengelolaanya lebih luas, maka humas objek pengelolaannya dikonsentrasikan untuk menciptakan komunikasi yang efektif baik antara atasan dan bawahan, atau sesama karyawan dalam institusi (internal relation) termasuk komunikasi efektif dengan publik eksternal yang memiliki relasi dengan institusi.

Kesinambungan antara manajemen dengan humas dalam sistem kerjanya, dijelaskan secara representatif oleh *Internasional Public Relation Assosiation (IPRA)* sebagai berikut :

> "PR adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga suasta atau publik (umum) untuk memperoleh perhatian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik di antara mereka. Untuk mengaitkannya sedapat mungkin kebijaksanaan dan prosedur yang mereka pakai untuk melakukan hal itu direncanakan dan disebarkan sebarkan inforamasi yang lebih produktif dan pemenuhan keinginan bersama yang lebih efisien." (*International Public Relation Assosiation (IPRA)* dalam Soemirat dan Ardianto : 2008 : 14)

Begitupula Harlow, sependapat dengan *IPRA* :

> "*Public Relation* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama, antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktifitas informasi dan pengertian, penerimaan dan kerjasama ; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan dan permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana usaha." (Harlow dalam Ruslan, 2008 : 16)

Senada dengan Harlow, Grisworld menjelaskan bahwa humas merupakan fungsi dari manajemen yang pembagian fungsinya tak jauh berbeda dengan pendapat Harlow. Lebih jelasnya Griwold menjelaskan :

> "PR adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi publik, memperkenalkan berbagai kebijakan dan prosedur dari suatu individu atau organisasi berdasasarkan kepentingan publik, dan membuat perencanaan, dan melaksanakan suatu program kerja dalam upaya memperoleh pengertian dan pengakuan publik." (Griswold dalam Bittner dalam Soemirat dan Ardianto : 2008 : 12)

Ilmuan lain yang berpandangan bahwa humas merupakan bagian dari manajemen adalah Cutlip, Center dan Brown. Pada prinsipnya sama, menurut mereka humas adalah :

> "PR adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan berbagai publiknya. " (Cutlip, Center, & Brown dalam Soemirat dan Ardianto : 2008 : 14)

Lain halnya dengan definisi humas yang tertuang dalam *The statement of Mexico* yang melihat aspek lain dari esensi dan aktivitas humas dalam institusi sebagai elaborasi antara seni dan *science* (ilmu pengetahuan), defini tersebut adalah sebagai berikut :

> "*Public Relation* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan public atau umum." (*The statement of Mexico* dalam Ruslan, 2008 : 17)

Aktifitas humas sebagai elaborasi antara seni dan ilmu pengetahuan, dirinci lagi dalam definisi lain seperti definisi yang dibuat oleh Soemirat :

> "PR adalah *two simple words* yang merupakan bidang ilmu dan bagian praktis yang sedang dan akan terus berkembang, suatu ilmu suatu sistem, seni, proses, profesi, metode, kegiatan dan sebagainya." (Soemirat dan Ardianto : 2008 : 12)

Jika definisi humas dalam *The statement of Mexico* melihat aspeknya dari sisi seni dan ilmu pengetahuan, maka Rachmadi lebih tertarik untuk melihat aspek dari sisi komunikasi dua arah sebagai penunjang

terciptanya komunikasi efektif dalam institusi untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Rachmadi menjelaskan definisi humas sebagai berikut :

> "PR pada hakekatnya adalah kegiatan komunikasi, kendati agak lain dengan kegiatan komunikasi lainnya, karena ciri hakiki dari komunikasi PR adalah *two way communication* (komunikasi dua arah/timbal balik). Arus komunikasi timbal balik ini yang harus dilakukan dalam kegiatan PR, sehingga terciptanya umpan balik yang merupakan prinsip dalam PR. PR adalah bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi/perusahaan dalam melaksanakan fungsi manajemen." (Soemirat dan Ardianto : 2008 : 11)

Aspek dalam humas, kekinian semakin luas termasuk metode komunikasi yang dapat menciptakan kemauan baik seperti penjelasan Jefkin : "PR adalah suatu sistem komunikasi yang menciptakan kemauan baik." (Jefkin dalam Soemirat dan Ardianto, 2008 : 13)

Memberi motivasi juga termasuk aspek dalam humas yang berfungsi untuk menjaga optimistik, harapan, dan pikiran sehat terhadap organisasi. Hal ini sebagaimana dipaparkan oleh Christin :

> "PR merupakan suatu usaha sadar yang memotivasi agar orang-orang terpengaruh, terutama, melalui komunikasi agar timbul pikiran yang sehat terhadap suatu organisasi, memberikan rasa hormat, mendukung, dan bertahan dengan berbagai cobaan dan masalah." (Christin dalam Soemirat dan Ardianto, 2008 : 13 - 14)

Menurut Soemirat dan Ardianto, dalam merumuskan definisi humas yang semakin hari semakin banyak dan ternyata berhubungan dengan disiplin ilmu yang lainnya, maka untuk membentuk suatu definisi standar dan komprehensif, maka dibentuklah satu panitia yang terdiri dari

para pakar PR yang cukup kondang, kemudia dipilihlah empat definisi yang mereka anggap baik :

1. “PR adalah proses yag kontinyu dari usaha-usaha manejemen untuk menghasilkan *good will* (kemauan baik) dan pengertian dari pelanggan, pegawai dan publik yang lebih luas. Ke dalam mengadakan analisis dan perbaikan diri sediri sedangkan ke luar memberikan pernyataan-pernyataan.” (Seidel dalam Soemirat dan Ardianto, 2008 : 12)
2. “PR adalah lanjutan dari proses pembuatan kebijakan, pelayanan, dan tindakan bagi kepentingan terbaik dari suatu individu atau kelompok agar suatu individu atau lembaga tersebut memperoleh kepercayaan dan *goodwill* (kemauan baik) dari publik. Kedua, pembuatan kebijakan, pelayanan, dan tindakan untuk menjamin adanya pelayanan dan penghargaan yang menyeluruh.” (Reck dalam Soemirat dan Ardianto, 2008 : 12)
3. “PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam suatu kepercayaan individu terhadap suatu individu atau organisasi/perusahaan.” (Bonham dalam Soemirat dan Ardianto, 2008 : 12)
4. “*Public Relation* merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, dukungan serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dan publiknya dan ikut terlibat dalam menangangani masalah-masalah dan isu manajemen. PR membantu manajemen dalam menyampaikan informasi dan tanggap terhadap opini publik. PR secara efektif memantau berbagai perubahan.” (Seitel dalam Soemirat dan Ardianto, 2008 : 13)

Bernays mencoba mendefinisikan humas secara sistematis dan detil dengan menjelaskan tugas-tuganya secara umum baik di dalam dan di luar institusi. Bernays menjelaskan arti humas sebagai berikut :

> “PR mempunyai 3 arti : (1) menerangkan kepada publik ; (2) persuasi ditujukan kepada publik untuk menunjukan perubahan dan tingkah

> laku publik ; (3) upaya untuk menyatukan sikap dan tingkah laku suatu lembaga." (Bernays dalam Soemirat dan Ardianto, 2008 : 13)

Supaya lebih kongkret, maka pada pembahasan definisi humas atau *public relation* ini, peneliti akan mengutip penjelasan konsep humas menurut Melvin Sharpe sebagai panduan langkah-langkah humas dalam menciptakan komunikasi efektif dengan publik internal dan eksternal. Konsep tersebut adalah :

> "Melvin Sharpe mengajukan lima prinsip proses harmonis dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan publiknya. Konsep-konsep tersebut terdiri dari :
>
> 1. Komunikasi yang jujur untuk memperoleh kredibilitas.
> 2. Kerterbukaan dan konsisten terhadap tindakan dan kepercayaan.
> 3. Tindakan yang jujur untuk mendapatkan hubungan timbal balik dan *good will* (kemauan baik)
> 4. Komunikasi dua arah dilakukan untuk mencegah alienasi (pengucilan) dan membangun hubungan.
> 5. Evaluasi penelitian dan lingkungan untuk menentukan tindakan dan penyesuaian yang diperlukan bagi hubungan sosial yang harmonis.
>
> Konsep lainnya adalah PR sebagai interpreter manajemen yaitu PR harus menerjemahkan falsafah, kebijakan, program, dan praktek manajemen kepada publiknya, baik internal maupun eksternal. Untuk mengerjakan tugas ini secara tepat harus ditingkatkan perhatian, pengertian, dukungan dan tindakan dari target public. Untuk melakukannya PR harus mengetahui apa yang dipikirkan manajemen.
>
> PR sebagai interpreter publik, dalam hal ini bertujuan untuk menemukan apa yang benar-benar public pikirkan terhadap organisasi/perusahaan agar manajemen dengan segera dapat mengetahinya atau PR bekerja guna menantisipasi secara benar perasaaan publiknya." (Sharpe dalam Seitel dalam Soemirat dan Ardianto : 2008 : 14 - 15)

2.2 Tinjauan Tentang Strategi

Strategi menurut James Brian Quinn adalah : “Pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan pokok, kebijakan, dan rangkaian tindakan sebuah organisasi ke dalam satu kesatuan yang kohesif.” (Iriantara, 2004 : 12). Pengertian strategi menurut Quinn di atas memberikan penegasan bahwa strategi berfungsi untuk menyelaraskan antara rencana dan tujuan dalam sebuah organisasi. Rencana dibuat semata-mata untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sekaligus meminimalisir kendala yang menjadi penghambat di lapangan.

Selaras dengan Quinn, Stainner dan Minner pun berpendapat bahwa harus terdapat kesamaan antara misi dan tujuan, sehingga dipandang perlu untuk mendapatkan perhatian dari implementasi dan pengendalian misi tersebut agar tidak terjadi distorsi dari tujuan awal. Pengertian tersebut sebagaimana dikutip Iriantara dalam Robson :

> “Formulasi misi, tujuan, dan objektif dasar organisasi, strategi-strategi program dan kebijakan untuk mencapainya, dan metode yang diperlukan untuk memastikan bahwa strategi yang diimplementasikan untuk tujuan-tujuan organisasi.” (Iriantara, 2004 : 12)

Pada prinsipnya pengertian strategi yang diajukan Porter tak jauh berbeda dengan dua pengertian di atas, meskipun beliau lebih menghususkan strategi dalam kompetisi bisnis. Namun tetap saja, dalam kompetisi tersebut diperlukan kesinambungan antara tujuan yang ingin dicapai dan kebijakan/rencana yang dibuat, kemudian adanya hubungan erat dan seimbang antara organisasi dan lingkungannya agar hubungan keduanya tidak

bekerja masing-masing. Lebih jelasnya Iriantara mengutip Porter dalam Robson menjelaskan strategi sebagai :

> "Formula berbasis luas mengenai cara bisnis bersaing, tujuan apa yang ingin dicapai, dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Hakikat perumusan strategi yang kompetitif adalah mengaitkannya organisasi dengan lingkungannya". (Iriantara, 2004 : 12)

2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Politik

2.3.1 Pengertian Politik

Budiardjo mencoba mengawali pembahasan politik dari sisi idelnya terlebih dulu, dimana politik merupakan kunci dari kesejahteraan rakyat, tanpa melihat sisi negatif dari politik itu sendiri. Tujuannya, supaya pembaca sedini mungkin menanamkan bahwa eksistensi politik pada dasarnya adalah positif, kemudian pada prakteknya tergantung dari siapa yang menggunakannya. Idealis dalam politik, tercermin sebagai berikut :

> " Politik adalah usaha untuk menetukan peraturan-peraturan yang dapat diterima baik oleh sebagian besar warga, untuk membawa masyarakat ke arah kehidupan bersama yang harmonis. Usaha mencapai *the good life* ini menyangkut bermacam-macam kegiatan yang antara lain menyangkut proses penentuan tujuan dari sistem, serta cara-cara melaksanakan tujuan itu. Masyarakat mengambil keputusan mengenai apakah yang menjadi tujuan dari sistem politik itu dan hal yang menyangkut pilihan antara beberapa alternatif serta urutan prioritas dari tujuan-tujuan yang telah ditentukan." (Budiardjo, 2008 : 14)

Sedikit realistis, apa yang dijelaskan oleh Merk mengenai positif dan negatifnya politik ketika digunakan untuk menentukan kesejahteraan rakyat. Pada penjelasan Merk akan nampak ketimpangan dari praktek-praktek politik di lapangan. Ini yang membedakan politikus dan negarawan. Negarawan tak akan menggunakan politik hanya sebagai alat untuk meraih kekuasaan seluas-

luasnya, sementara politikus tak menutup kemungkinan akan melakukannya. Secara realistis politik adalah :

> "Politik dalam bentuk yang paling baik adalah usaha mencapai suatu usaha tatanan sosial yang baik dan berkeadilan. Politik dalam bentuk yang paling buruk, adalah perebutan kekuasaan, kedudukan, dan kekayaan untuk kepentingan diri sendiri." (Merk dalam Budiardjo, 2008 : 16)

Muara politik memang kekuasaan. Bagaimana cara mencapai muara tersebut, itulah pertanyaannya. Apakah cara-cara persuasif atau dikatator menjadi pilihan dalam politik dan keduanya sangat mungkin tersaji. Berbicara mengenai kekuasaan, Rod Hague menjelaskan :

> "Politik adalah kegiatan yang menyangkut cara bagaimana kelompok-kelompok mancapai keputusan-keputusan yang bersifat kolektif dan mengikat melalui usaha untuk mendamaikan perbedaan-perbedaan diantara anggota-anggotanya." (Rod Hague dalam Budiardjo, 2008 : 16)

Heywood, memandang politik dari sisi proseduralnya, berkaitan dengan undang-undang, administratif, dan sedikit membahas fungsinya, yaitu manajemen konflik. Menarik untuk disimak penjelasan Heywood mengenai politik adalah :

> "Politik adalah kegiatan suatu bangsa yang bertujuan untuk membuat, mempertahankan, dan mengamandemen peraturan peraturan umum yang mengatur kehidupannya, yang berarti tidak dapat terlepas dari gejala konflik dan kerjasama." (Andrew Heywood dalam Budiardjo, 2008 : 16)

2.3.2 Pengertian Partai Politik

Partai politik berangkat dari anggapan bahwa dengan membentuk wadah organisasi mereka bisa dikonsolidasikan. Dengan begitu pengaruh mereka bisa lebih besar dalam pembuatan dan pelaksanaan keputusan. Budiardjo memberikan penjelasan bahwa orientasi partai politik adalah kekuasaan politik, beliau menjelaskan sebagai berikut :

> "Partai politik adalah Suatu kelompok terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai nilai dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik – biasanya dengan cara konstitusional – untuk melaksanakan programnya." (Budiardjo, 2008 : 404)

> "Partai politik adalah sekelompok manusia yang teroganisir secara stabil dengan tujuan untuk merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pimpinan partainya dan berdasarkan penguasaan ini, memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat idiil serta materil." (Carl J. Friedrich dalam Budiardjo, 2008 : 404)

Friedrich membahas partai politik dari sisi pragmatisnya. Bahwa anggota dari partai politik akan mendapatkan keuntungan moral maupun materil manakala partainya mendapatkan kekuasaan untuk mengatur keseluruhan rakyat di suatu daerah. Fredrich menjelaskan hal tersebut memang tidak secara panjang lebar, namun secara tersirat ada arahan kesana.

> "Partai politik adalah organisasi dari aktivis-aktivis politik yang berusaha untuk menguasai kekuasaan pemerintah serta merebut dukungan rakyat melalui persaingan dengan suatu golongan atau golongan-golongan lain yang mempunyai pandangan yang berbeda." (Sigmund Nuemann dalam Budiardjo, 2008 : 404)

> "Partai politik adalah suatu kelompok politik yang mengikuti pemilihan umum dan, melalui pemilihan umum itu, mampu menempatkan calon-calon untuk menduduki jabatan-jabatan publik." (Geovanni Sartori dalam Budiardjo, 2008 : 404)

Menurut Nuemann, partai politik merupakan perantara yang besar yang menghubungkan kekuatan-kekuatan dan ideologi sosial dengan lembaga-lembaga pemerintah yang resmi. Sementara Sartori memberikan gambaran tentang bagaimana sebuah partai politik bisa ikut serta dalam mendapatkan kekuasaan secara prosedural pada Pemilihan Umum menjadi salah satu partai yang bersaing dengan partai lainnya, tentu saja telah memiliki jumlah dukungan sesuai kuota minimal.

2.3.3 Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan suatu gejala sosial yang banyak memperoleh perhatian para ilmuan sosial terutama para ahli ilmu komunikasi, ilmu politik, dan sosiologi. Effendi menjelaskan bahwa komunikasi politik adalah semua usaha yang dilakukan dalam bentuk komunikatif melalui media massa (cetak elektronik), lisan, tulisan atau bentuk lainnya yang memiliki orientasi dalam rangka memenangkan suatu dalam suatu pemilihan jabatan publik. Untuk lebih jelasnya, Effendi memaparkan bahwa komunikasi politik adalah :

> "Komunikasi yang dilakukan seseorang, sekelompok orang, atau suatu lembaga dalam rangka dalam rangka upaya memperoleh kewenangan untuk membela rakyat, baik dalam peranannya sebagai pejabat pemerintah maupun sebagai anggota suatu badan yang dapat mempengaruhi kebijakan pemerintah." (Effendi, 1989 : 277)

Bentuk kelembagaan ikut disorot oleh Mc Quail, yaitu lembaga yang melakukan usaha-usaha komunikatif dalam mendulang suara pada pemilihan jabatan publik.

> Komunikasi politik adalah semua proses penyampaian informasi-termasuk fakta, pendapat-pendapat, keyakinan-keyakinan dan seterusnya, pertukaran dan penyampaian tentang itu semua yang dilakukan oleh para partisipan dalam konteks kegiatan politik yang lebih melembaga. (McQuail dalam Pawito, Jalasustra, 2009 : 2)

Pandangan demikian membersitkan beberapa hal penting, komunikasi politik menandai keberadaan dan aktualisasi lembaga-lembaga politik, kemunikasi politik merupakan fungsi dari sistem politik, dan komunikasi politik berlangsung dalam suatu sistem tertentu.

Sejalan dengan McQuali, Meadow memberikan penegasan bahwa istilah komunikasi politik merujuk pada : "Segala bentuk pertukaran simbol atau pesan yang sampai tingkat tertentu dipengaruhi atau mempengaruhi berfungsinya sistem politik." (Miadow, Jalasustra, 2009 : 2)

> "Sistem-sistem yang memiliki komponen-komponen yang saling berinteraksi satu dengan yang lain terkait dengan kekuasaan dan kewenangan penjatahan sumber daya untuk maksud pengambilan keputusan-keputusan." (Miadow, Jalasustra, 2009 : 2)

Definisi ini memberikan penekanan pada hubungan timbal balik antara komunikasi dengan sistem komunikasi. Komunikasi dipengaruhi oleh sistem politik.

> "Diskusi publik mengenai penjatahan sumber daya publik-yakni mengenai pembagian pendapat atau penghasilan yang dapat diterima oleh publik, kewenangan resmi - yakni siapa yang diberi kekuasaan untuk membuat keputusan-keputusan hukum, membuat peraturan-peraturan, dan melaksanakan peraturan-peraturan, dan sanksi-sanksi resmi – yakni apa yang negara berikan sebagai ganjaran atau mungkin hukuman." (McNair dalam Pawito, 2009 : 5)

Definisi ini lebih menekankan interaksi antar negara (*state*) dengan rakyat atau publik. Interaksi ini dalam berbagai realitas politik dapat

dicermati melalui pertanyaan-pertanyaan realitas, misalnya apa yang diperoleh rakyat, bagaimana keputusan-keputusan penyelenggaraan negara dibuat adil atau tidak, dan sejauh mana rakyat mau menerima penjatahan yang ada.

> "Komunikasi politik yaitu (kegiatan) komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mangatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik." (Nimmo, 2005 : 9)

2.3.4 Proses Komunikasi Politik

Menurut Pawito, Sebagai suatu proses, komunikasi politik dapat dipahami dengan malibatkan lima unsur : a) Pelibat (aktor atau partisipan), b) Pesan, c) Saluran, d) Situasi atau konteks, dan e) Pangaruh atau efek

a) Pelibat (aktor atau partisipan)

"Pelibat atau komunikator politik adalah semua pihak yang terlibat atau mengambil peran dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan. Aktor komunikasi dapat berupa perorangan atau individu, kelompok, organisasi, lembaga, atau pemerintah. Dalam komunikasi ini, surat kabar digunakan sebagai saluran (*channel*) untuk saling mempertemukan tanda-tanda pesan. Individu atau perorangan, aktor lain dalam komunikasi politik yang tergolong sangat sering mengambil prakarsa menyampaikan pesan-pesan komunikasi adalah pemerintah. Pemerintah senantiasa mengupayakan agar kondisi dan situasi berjalan tertib dan, normal, dan aman. Dan yang lebih penting lagi bagi pemerintah adalah mengupayakan agar senantiasa memperoleh legitimasi dari rakyat. Untuk kepentingan ini, pemerintah selalu berusaha meyakinkan kepada rakyat bahwa upaya telah dilakukan dengan berbagai kebijakan telah dibuat dengan adil (*fair*) dan bersungguh-sungguh bahwa kesemuanya untuk rakyat. Organisasi atau institusi merupakan factor lain yang tergolong lazim berperan dalam komunikasi politik. Partai politik, organisasi pemuda, sekolah, dan serikat pekerja adalah contoh-contoj dari organisasi yang banyak mengambil peran dalam proses komunikasi politik. Secara berkala, organisasi menyelenggarakan rapat, konfrensi, dan muktamar. Didalam muktamamar dibicarakan persoalan-persoalan internal organisasi dan tanggapan organisasi terhadap persoalan-persoalan ekstern organiasi yang berkaitan dengan masyarakat, bengsa, dan negara. Kelompok juga aktor komunikasi politik yang penting. Dalam banyak kesempatan resmi, suatu organisasi besar tidak selalu dicapai dalam forum resmi, misalnya

persidangan pada konfrensi nasional sebagai sebuah partai politik atau serikat pekerja. Peserta konvrensi tidak hanya berjumlah banyak, tetapi juga terdiri atas berbagai beraneka ragam unsur, latar belakang, dan kepentingan. Disini tawar-menawar dilakukan dan kesepakatan-kesepatan dibangun. Jadi, dapat bermain sebagai aktor sekaligus saluran untuk saling menjalin komunikasi, membantu mengatasi kemacetan-kemacetan, dan mencapai kesepakatan-kesepakatan resmi organisasi." (Pawito, 2009 : 6 - 8)

b) Pesan

"Suatu komunikasi dapat dikatakan sebagai komunikasi politik apabila pesan yang saling dipertukarkan di antara partisipan, setidaknya sampai pada tingkat tertentu, memiliki signifikasi dengan politik. Karakter dari pesan komunikasi politik memiliki keterkaitan dengan politik. Kata "politik" dalam hal ini memiliki makna luas, yakni menyangkut segala kepentingan penjatahan sumber daya publik. Dengan kata lain pesan-pesan politik memiliki relevansi yang tinggi dengan penjatahan sumber daya publik." (Pawito, 2009 : 9)

c) Saluran atau media

"Media massa adalah saluran komunikasi politik yang sangat luas digunakan dan karenanya juga sangat berperan. Nyaris tak ada peristiwa penting yang menyangkut kepentingan publik yang luput dari peristiwa perhatian media massa. Media massa hadir pada setiap peristiwa penting, mengamati, mencatat, merekam, dan kemudian melaporkannya kepada publik dengan *frame* dan sudut pandang tertentu. Organisasi, institusi, dan kelompok, juga dapat berperan sebagai saluran. Organisasi dan kelompok mengartikulasikan tuntutan-tuntutan para anggota dan warganya kemudian menyampaikannya kepada masyarakat luas (*public*). Sekolah sebagai salah satu bentuk insitusi juga berperan sebagai salah satu saluran komunikasi politik. Partai politik merupakan saluran komunikasi politik yang sangat penting untuk mengagregasikan dan mengartikulasikan aspirasi, tuntutan, dan kepentingan warga partai yang sangat istimewa dalam kesempatan pemilihan umum. Tergolong dalam kelompok saluran komunikasi politik ini adalah pemberian suara dalam pemilihan umum, aksi mogok para buruh atau pekerja untuk menuntut perbaikan upah dan kondisi kerja, aksi-aksi protes atau demontrasi." (Pawito, 2009 : 10)

d) Konteks

"Situasi atau konteks komunikasi politik adalah keadaan dan kecenderungan lingkungan yang melingkupi proses komunikasi politik. Dalam arti luas, yang dimaksudkan dengan situasi atau konteks komunikasi politik pada dasarnya adalah sistem politik dimana komunikasi politik berlangsung dengan segala keterkaitannya dengan nilai-nilai, baik filsafat, ideologi, sejarah, ataupun

budaya. Dengan kata lain, komunikasi politik berlangsung dalam konteks sistem politik tertentu dengan segala aturan main serta tata nilai dan norma-norma yang berlaku pada suatu masyarakat ataupun bangsa yang mungkin berbeda dengan sistem politik masyarakat lain." (Pawito, 2009 : 11)

e) Pangaruh (*effect*)

"Pengaruh disini mungkin perubahan situasi yang sama sebagaimana dikehendaki oleh pemerakarsa pesan, tidak terjadi perubahan apa-apa, dan mungkin dapat berupa situasi lebih buruk lagi. Pengaruh (*effect*) komunikasi politik oleh karena itu kadang-kadang juga sulit diprediksi, beberapa komunikasi politik mempunyai efek segera (*immediate effect, short-term effect*)." (Pawito, 2009 : 12)

2.4 Tinjauan Tentang Dakwah

2.4.1 Pengertian Dakwah Secara Bahasa

Kata dakwah bukan asli bahasa Indonesia melainkan serapan dari bahasa Arab. Setiap kata (kalimat dalam bahasa Arab) mempunyai arti yang lebih dari satu (*musytarakah*) termasuk kata dakwah (*da`wah*) sendiri. Maka untuk menerjemahkan arti kata bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia tergantung dari susunan kalimat bahasa Arab tersebut (*jumlah mufidah*). Faisal dan Effendi memaparkan beberapa arti kata dakwah secara bahasa (etiomologi) sebagai berikut :

"Dakwah secara bahasa mempunya makna bermacam-macam ;

1. *Al Nida* : memanggil dan menyeru, seperti dalam seperti dalam firman Allah dalam surat Yunus ayat 25 : *Allah menyeru (manusia) Darussalam (surga) dan memberikan petunjuk kepada orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam).*
2. Menegaskan atau membela, baik terhadap yang benar ataupun yang salah, yang positif ataupun yang negatif.

3. Suatu usaha berupa perkataan ataupun perbuatan untuk menarik seseorang kepada suatu aliran atau agama tertentu.
4. Doa (permintaan), seperti firman Alloh : *Aku akan mengabulkan permohonan orang jika ia meminta kepada-Ku.*
5. Meminta dan mengajak seperti pada ungkapan, *da`a bi as-asya`i* yang artinya meminta didatangkan atau dihidangkan makanan atau minuman." (Faisal dan Effendi, 2009 : 4 - 5)

2.4.2 Pengertian Dakwah Secara Istilah / Terminologi

Secara terminiologi, para ulama berbeda pendapat dalam menentukan dan mendefinisikan dakwah, hal ini disebabkan oleh perbedaan mereka dalam memaknai dan memandang kalimat dakwah itu sendiri.

Al Futuh mendefinisikan istilah dakwah : "Dakwah adalah menyampaikan (*at tabligh*) dan menerangkan (*al bayan*) apa yang telah didengar oleh Nabi Muhammad SAW." (Al Futuh dalam Faisal dan Effendi, 2009 : 5 - 6)

Al Futuh juga membuat definisi dakwah yang lain :

> "Dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan ajaran Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikannya (*thatbiq*) dalam realitas kehidupan. Hakekat dakwah harus harus mempunyai tiga fase pelaksanaan dakwah, yaitu penyampaian, pembentukan, dan pembinaan." (Faisal dan Effendi, 2009 : 7)

Dua defini dakwah Al Fatuh di atas, menurut Faisal dan Lalu Muchsin Effendi :

> "Lebih bersifat normatif dimana dakwah hanya bersifat dan mencakup belajar dan mengajar tanpa melihat bahwa dakwah adalah suatu proses penyampaian pesan-pesan kepada orang lain dengan berbagai sarana,

> diantara sarana itu adalah belajar dan mengajar. Jadi, belajar dan mengajar sebenarnya hanyalah salah satu dari sisi-sisi dakwah yang lain." (Faisal dan Effendi, 2009 : 6)

Husayn memberikan definisi dakwah secara fundamental dan menjelaskan esensi dari dakwah itu sendiri tak lepas dari dua hal, memerintah kebaikan dan melarang kemungkaran. Husayn menjelaskan dakwah sebagai berikut :

> "Dakwah adalah mengajak kepada kebenaran dan petunjuk, serta menyuruh kepada kebaikan (*ma`ruf*) dan melarang kepada kemungkaran agar mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat." (Husayn dalam Faisal dan Effendi, 2009 : 6)

Memerintah kepada kebaikan dan melarang kepada kemungkaran tentunya harus dijalankan secara terperinci supaya jelas aspek-aspek apa saja yang perlu dibenahi dan diperhatikan. Aspek-aspek dakwah tersebut akan relatif lebih jelas jika kita memperhatikan pengertian dakwah menurut Ghalwasry :

> "Dakwah adalah pengetahuan yang dapat memberikan segenap usaha yang bermacam-macam, yang mengacu kepada upaya penyampaian agama Islam, kepada seluruh manusia yang mencakup akidah, syariat, dan akhlak." (Ghalwasy dalam Faisal dan Effendi, 2009 : 6)

Berbicara tentang dakwah, maka akan dikenal istilah juru dakwah. Tak sembarangan orang bisa melakukannya menurut Zakaria, mereka adalah para ulama yang mempunyai kredibilitas ilmu agama secara komprehensif meskipun tentu saja sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Namun, Zakaria ingin menegaskan bahwa dakwah merupakan kegiatan religius yang dilakukan oleh orang-orang tertentu dengan ilmu dan pemahaman agamanya yang relatif lebih luas sehingga ia mempunyai

kewajiban untuk mengajarkannya. Zakaria memberikan pengertian dakwah sebagai berikut : "Dakwah adalah kegiatan para ulama yang mengajarkan manusia apa yang baik bagi mereka dalam kehidupan dunia dan akhiat menurut kemampuan mereka." (Zakaria, dalam Faisal dan Effendi, 2009 : 6)

Pengertian dakwah di atas berbeda sudut pandang dengan Ar Rawi yang melihat dakwah sebagai kegiatan siapa pun tanpa melihat status sosial karena pada intinya dakwah merupakan moral dan etika yang sifatnya universal, dengan kata lain siapapun bisa melakukannya selama moral dan etika diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Maka, Ar Rawi menjelaskan bahwa dakwah ialah :

> "Dakwah semata-mata dengan landasan moral dan etika, tanpa melihat status sosial, dan agama. Dakwah Islam adalah dakwah universal yang mencakup semua unsur dalam masyarakat. Dakwah adalah norma-norma yang sempurna bagi etika kemanusiaan dalam pelaksanaan hak-hak dan kewajiban." (Ar Rawi dalam Faisal dan Effendi, 2009 : 7)

Dari beberapa definisi dakwah yang telah dikutip, maka Faisal dan Effendi mencoba menyimpulkan dengan melihat setiap aspek dakwah yang para ulama telah jelaskan sebagai berikut : "Para ulama sepakat bahwa dakwah adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktekan ajaran agama Islam di dalam kehidupan sehari-hari." (Faisal dan Effendi, 2009 : 7)

2.5 Tinjauan Tentang *Khilafah*

2.5.1 Pengertian *Khilafah*

Sistem pemerintahan dan negara Islam sangat berbeda dengan sistem yang kini banyak digunakan oleh negara-negara di dunia pertama (liberal) yang terkenal dengan sistem demokrasinya, dunia kedua (komunis), atau dunia ketiga, negara berkembang yang banyak memakai sistem pemerintahan warisan negara yang menjajahnya pada abad 17 – 19, ada yang menggunakan sistem demokrasi, komunis meskipun sistem pemerintahan tersebut sifatnya terus mencari format yang ideal disesuaikan dengan kebudayaan politik negara masing-masing.

Hizbut Tahrir sebagai partai politik internasional bertekad untuk kembali memperkenalkan, memahamkan, dan menerapkan sistem negara Islam yang sebenarnya 14 abad yang lalu pernah berjaya ke berbagai benua termasuk Asia. Sistem pemerintahan tersebut adalah *khilafah*. Hizbut Tahrir menjelaskan :

> "Sistem pemerintahan Islam adalah sistem *khilafah* dengan pola pemerintahan yang unik dan sangat berbeda dengan pola pemerintahan yang lain. Syariat yang diterapkan untuk mewujudkan pemerintahan, memelihara urusan rakyat, dan mengatur hubungan luar negerinya berasal dari sisi Allah. Syariat Islam juga bukan produk rakyat, bukan juga produk segelintiran orang atau seseorang." (HTI, 2002 : 132)

Ciri khas yang paling nampak dari sistem khilafah adalah kedaulatan, kemenangan, dan kebenaran ada di tangan syariat/Allah SWT., tidak seperti sistem demokrasi, dimana kedalatan ada di tangan rakyat, tidak pula seperti komunis, dimana kedaulatan ada di tangan pemerintah

atau segelintir orang. Kedaulatan *khilafah*, gambarannya adalah sebagai berikut :

> "Setiap muslim memiliki kekuasaan dan dapat menggunakannya secara langsung jika diperlukan. Dengan kekuasaan yang dimilikinya umat dapat mengangkat seorang pemimpin tunggal yang dimilikinya (*khalifah*) untuk melaksanakan syariat Allah. Dalam hal ini umat akan membaiatnya sesuai dengan *Kitabullah* dan *Sunnah* Rasul-Nya dengan bai`at secara sukarela (*ridla*) dan penuh kebebasan (*ikhtiyar*) dari kedua belah pihak. Dengan demikian antara kedua belah pihak telah terjadi akad ke-*khilafah*-an, dan dan bukan akad *ijarah* (kontak kerja). Sebab, akad *khilafah* adalah akad untuk melaksanakan syariat, bukan akad untuk melayani umat ataupun mengambil kekuasaan yang dimiliki oleh seorang *khalifah*." (HTI, 2002 : 133)

Dalam referensi yang lain dijelaskan pula bagaimana penerapan syariat dalam dakwah dan jihad yang harus disebarkan ke seluruh penjuru negara terutama yang mayoritas penduduknya muslim,

> "*Khilafah* didirikan adalah untuk melaksanakan hukum-hukum syariat Islam dengan pemikiran-pemikiran yang didatangkan oleh Islam dan hukum-hukum yang disyariatkannya serta untuk mengemban dakwah Islam ke seluruh dunia serta untuk mengenalkan dan mendakwahkan Islam sekaligus berjihad di jalan Allah. *Khilafah* disebut juga *imamah* dan *imarah al mu`minin*. Jabatan *khilafah* merupakan jabatan duniawi, bukan jabatan ukhrawi. *Khilafah* ada untuk menerapkan agama Islam terhadap manusia dan untuk menyebarkannya di tengah-tengah umat manusia. *Khilafah* secara pasti bukanlah kenabian." (Hizbut Tahrir, 2005 : 77)

People power (kekuatan massa) yang menjadi ciri khas sistem pemerintahan komunis dimana kudeta tak berdarah atau berdarah menjadi manifestasinya bukanlah metode *khilafah*, sebab tak sesuai dengan dalil-dalil dimana sistem khilafah berdiri. Jika sistem khilafah telah berdiri dan pemimpin telah diangkat, maka haram hukumnya untuk diangkat atau mengangkat diri sebagai pemimpin sistem *khilafah*. Ini pula yang semakin

membedakan sistem *khilafah* dengan sistem pemerintahan lainnya yang kini telah banyak diterapkan.

[1]*Khilafah* adalah kepemimpinan umum bagi seluruh kaum Muslim di dunia. *Khilafah* bertanggung jawab menerapkan hukum Islam, dan menyampaikan risalah Islam ke seluruh muka bumi. *Khilafah* terkadang juga disebut *Imamah*; dua kata ini mengandung pengertian yang sama dan banyak digunakan dalam hadits-hadits *shahih*.

Khilafah bukanlah kerajaan yang mementingkan satu wilayah dengan mengorbankan wilayah lain. Nasionalisme dan rasisme tidak memiliki tempat dalam Islam, dan hal itu diharamkan. Seorang *Khalifah* bisa berasal dari kalangan mana saja, ras apapun, warna kulit apapun, dan dari *mazhab* manapun, yang penting dia adalah Muslim. *Khilafah* memang memiliki karakter ekspansionis, tapi *Khilafah* tidak melakukan penaklukkan wilayah baru untuk tujuan menjarah kekayaan dan sumber daya alam wilayah lain. *Khilafah* memperluas kekuasaannya sebagai bagian dari kebijakan luar negerinya, yaitu menyebarkan risalah Islam.

[1] http://hizbut-tahrir.or.id/apa-itu-khilafah.html February 11, 2010, 5:16:36 PM

Khilafah sama sekali berbeda dengan sistem Republik yang kini secara luas dipraktekkan di Dunia Islam. Sistem Republik didasarkan pada demokrasi, dimana kedaulatan berada pada tangan rakyat. Ini berarti, rakyat memiliki hak untuk membuat hukum dan konstitusi. Di dalam Islam, kedaulatan berada di tangan *syariat*. Tidak ada satu orang pun dalam sistem *Khilafah*, bahkan termasuk *Khalifah*-nya sendiri, yang boleh melegislasi hukum yang bersumber dari pikirannya sendiri.

Khilafah bukanlah negara totaliter. *Khilafah* tidak boleh memata-matai rakyatnya sendiri, baik itu yang Muslim maupun yang non Muslim. Setiap orang dalam Negara *Khilafah* berhak menyampaikan ketidaksetujuannya terhadap kebijakan-kebijakan negara tanpa harus merasa takut akan ditahan atau dipenjara. Penahanan dan penyiksaan tanpa melalui proses peradilan adalah hal yang terlarang.

Khilafah tidak boleh menindas kaum minoritas. Orang-orang non Muslim dilindungi oleh negara dan tidak dipaksa meninggalkan keyakinannya untuk kemudian memeluk agama Islam. Rumah, nyawa, dan harta mereka, tetap mendapat perlindungan dari negara dan tidak seorangpun boleh melanggar aturan ini.

Dalam sistem *Khilafah*, wanita tidak berada pada posisi inferior atau menjadi warga kelas dua. Islam memberikan hak bagi wanita untuk memiliki kekayaan, hak pernikahan dan perceraian, sekaligus memegang jabatan di masyarakat. Islam menetapkan aturan berpakaian yang khas bagi wanita –

yaitu *khimar* dan *jilbab*, dalam rangka membentuk masyarakat yang produktif serta bebas dari pola hubungan yang negatif dan merusak, seperti yang terjadi di Barat.

Menegakkan *Khilafah* dan menunjuk seorang *Khalifah* adalah kewajiban bagi setiap Muslim di seluruh dunia, lelaki dan perempuan. Melaksanakan kewajiban ini sama saja seperti menjalankan kewajiban lain yang telah Allah Swt perintahkan kepada kita, tanpa boleh merasa puas kepada diri sendiri. *Khilafah* adalah persoalan vital bagi kaum Muslim.

Khilafah yang akan datang akan melahirkan era baru yang penuh kedamaian, stabilitas dan kemakmuran bagi Dunia Islam, mengakhiri tahun-tahun penindasan oleh para tiran paling kejam yang pernah ada dalam sejarah. Masa-masa kolonialisme dan eksploitasi Dunia Islam pada akhirnya akan berakhir, dan *Khilafah* akan menggunakan seluruh sumber daya untuk melindungi kepentingan Islam dan kaum Muslim, sekaligus menjadi alternatif pilihan rakyat terhadap sistem Kapitalisme.

2.5.2 Pengertian *Khalifah*

Setiap sistem pemerintahan memiliki sebutan bagi kepala pemerintahan tersebut. Presiden adalah kepala negara sistem presidensil, perdana menteri untuk sistem parlementer, atau raja/kaisar untuk kerajaan. Maka, bagi sistem *khilafah* sebutan kepala pemerintahannya adalan *khalifah*. Hizbut Tahrir memberikan pengertian *khalifah* sebagai berikut :

> "*Khalifah* adalah orang yang mewakili umat dalam menjalankan pemerintahan, kekuasaan, dan penerapan hukum-hukum syariah. Hal ini karena Islam telah menjadikan pemerintahan dan kekuasaan adalah milik umat." (Hizbut Tahrir, 2005 : 31)

Pada pemerintahan demokrasi atau komunis, kepala negara adalah pemimpin dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Aturan dan undang-undang dibuat oleh badan atau dewan (legislatif) yang harus ditaati oleh rakyat termasuk presiden sendiri. Namun, dalam sistem *khilafah* kepala

negara sebagai pemimpin dalam melaksanakan syariat yang ditetapkan Allah SWT dalam Al Quran dan As Sunah. Tugas khalifah itu, tercermin dalam penjelasan sebagai berikut :

> "*Khalifah* adalah wakil umat dalam menjalankan pemerintahan, kekuasaan, dan penerapan hukum-hukum syariat. Hal ini karena Islam telah menjadikan pemerintahan dan kekuasaan adalah milik umat. Jadi, seseorang itu tidak akan menjadi *khalifah* jika umat tidak mem-*ba`iatn*-ya. *Bai`at* umat kepada *khalifah* untuk mendudukan jabatan *khalifah* telah menjadikannya sebagai pihak yang mewakili umat. Penyerahan jabatan ke-*khilafah*-an kepada khalifah dengat *baiat* itu telah memberinya kekuasaan dan menjadikan umat wajib mentaatinya." (Hizbut Tahrir, 2005 : 31)

Sebutan *khalifah*, dalam beberapa hadits diganti dengan istilah lain, namun maknanya sama, yaitu pemimpin negara dengan sistem *khilafah*. Beberapa sebutan lain untuk *khalifah* diantaranya :

> "Gelar yang digunakan untuk menyebut kepala pemerintahan Islam adalah gelar *khalifah*, atau *imam*, atau *amirul mu`minin*. Gelar-gelar ini telah telah dinyatakan dalam hadits-hadits shahih dan ijmak Sahabat sebagaimana *Khulafaur Rasyidin* digelari dengan gelar-gelar tersebut." (Hizbut Tahrir, 2005 : 32)

Hadits yang menggunakan kata ***Khalifah***

"Jika dibai`at dua orang ***khalifah*** *maka bunuhlah yang terakhir dari keduanya."* (HR. Muslim)

Hadits yang menggunakan kata ***Imam***

"Siapa saja yang memba`iat seorang ***imam****, lalu ia telah memberi kepadanya segenggam tangannya dan buah hatinya, maka hendaklah ia menaatinya"* (HR. Muslim)

Hadits yang menggunakan kata ***Amirul Mu`minin***

"Amr masuk untuk menemui Umar bin Al Khatab seraya berkata, semoga keselamatan tercurah kepadamu wahai ***Amirul Mu`minin****.".* (HR. Hakim)

> Khalifah terkadang disebut juga ***Amir*** (tanpa *Mu`minin*), seperti pada hadits :
>
> *"Barang siapa yang membaia`at seorang* ***Amir*** *(Khalifah) tanpa musyawarah umat Islam, maka tidak ada bai`at (tidak sah bai`atnya) terhadap orang yang ia bai`at karena khawatir akan terjadi pembunuhan".* (HR. Ahmad). (Zakaria, 2000 : 56)

Khalifah adalah kepala negara dalam sistem *Khilafah*. Dia bukanlah raja atau diktator, melainkan seorang pemimpin terpilih yang mendapat otoritas kepemimpinan dari kaum Muslim, yang secara ikhlas memberikannya berdasarkan kontrak politik yang khas, yaitu *bai'at*. Tanpa *bai'at*, seseorang tidak bisa menjadi kepala negara. Ini sangat berbeda dengan konsep raja atau dictator, yang menerapkan kekuasaan dengan cara paksa dan kekerasan. Contohnya bisa dilihat pada para raja dan diktator di Dunia Islam saat ini, yang menahan dan menyiksa kaum Muslim, serta menjarah kekayaan dan sumber daya milik umat.

2.5.3 Syarat-Syarat *Khalifah*

Seorang pemimpin, apalagi pemimpin negara tentunya ukan orang biasa. Dia harus memiliki karakter yang memenuhi syarat dalam meninjang keberhasilan membawa rakyat dan umatnya menuju kondisi yang lebih baik daripada sebelumnya. Faktor *leadership* (kepemimpinan) tak cukup sebagai syarat untuk bisa menjadi khalifah, ada factor-faktor lain yang sangat menentukan apakah ia layak atau tidak layak menduduki jabatan khalifah. Syarat-syarat tersebut adalah :

"Dalam diri khalifah wajib terpenuhi tujuh syarat sehingga ia layak untuk menduduki jabatan khalifah dan sah akad bai`at kepadanya dalam kekhilafahan. Tujuh syarat tersebut merupakan in`iqad (syarat legal). Jika kurang satu syarat saja maka akad kekhilafahannya tidak sah.

1. *Khalifah* harus seorang muslim. Sama seklai tidak sah khilafah diserahkan kepada kepada non muslim dan tidak wajib pula menaatinya, karena Allah SWT berfirman : *"Allah sekali-kali **tidak akan** memberikan jalan kepada orang kafir untuk memusnahkan orang-orang mukmin."* (Q.S. An Nisa : 141)

   Pemerintahan (kekuasaan) merupakan jalan yang paling kuat untuk menguasasi orang-orang yang diperintah. Pengungkapan menggunakan kata ***tidak akan*** berfungsi untuk menyatakan selamanya (*li tab`id*) merupakan *qarinah* (indikasi) untuk menyatakan larangan tegas non muslim memegang suatu pemerintahan kaum muslim, baik menyangkut jabatan *khalifah* ataupun yang lainnya. Karena Alloh telah mengharamkan adanya jalan bagi non muslim untuk menguasai kaum mukmin maka haram hukumnya kaum muslim menjadikan non muslim menjadi penguasa atas mereka." (Hizbut Tahrir, 2005 : 32)

2. "*Khalifah* harus seorang laki-laki.Khalifah tidak boleh perempuan, artinya ia harus laki-laki. Tidak sah khalifah seorang perempuan. Hal ini berdasarkan pada apa yang diriwayat oleh Iman Al Bukhari dari Abu Bakrah yang berkata ketika sampai berita kepada Rasulullah saw. Bahwa penduduk Persis telah mengangkat anak perempuan sebagai raja, beliau bersabda : *"Tidak akan pernah beruntung suatu kaum yang menyerahkan urusannya kepada perempuan."* (H.R. Al Bukhari)

   Dengan demikian pemberitahuan Rasul saw. Yang menafikan keberuntukan bagi orang yang menyerahkan urusannya kepada soerang wanita merupakan larangan untuk menyerahkan urusan kepada wanita, karena itu termasuk redaksi *thalab* (tuntutan). Karena pemberitahuan itu dating dengan membawa celaan kepada orang yang menyerahkan urusannya kepada seorang wanita, yaitu dengan menafikan keberuntungan bagi mereka, maka ia menjadi *qarinah* (petunjuk) larangan adanya larangan yang tegas. Akan tetapi, menurut pembahasan yang sebelumnya, semua itu – yakni aktivitas mengangkat wanita di luar jabatan penmerintahan – hukumnya boleh bagi wanita.

3. *Khalifah* harus balig. *Khalifah* tidak boleh orang yang belum balig. Hal ini sesuai dengan riwayat Abu Dawud dari Ali bin Abu Thalib, bahwa Rasul saw. Pernah bersabda : *"Telah diangkat kalam (beban*

hukum) dari tiga golongan : dari anak-anak hingga ia balig; dari orang yang tidur hingga ia bangun; dari orang yang rusak akalnya hingga ia sembuh." (H.R. Abu Dawud)

Orang yang belum diangkat pena (beban hukum) darinya tidak sah mengelola urusannya. Secara syar`i ia bukan seorang *mukallaf*. Karena itu ia tidak sah menjadi *khalifah* atau menduduki jabatan penguasa yang lainnya, karena ia tidak mempunyai hak untuk mengelola berbagai urusan.

4. Khalifah harus orang yang berakal. Orang gila tidak sah menjadi khalifah. Hal ini sesuai denga sabda Rasul saw. : *"Telah diangkat kalam (beban hukum) dari tiga golongan :* yang diantaranya disebutkan : *dari orang yang rusak akalnya hingga ia sembuh."* Orang yang telah diangkat pena darinya bukanlah Mukallaf. Sebab, akalmerupakan manat at taklif (tempat pembebanan hokum) dan syarat bagi absahnya aktifitas pengaturan berbagai urusan, sedangkan khalifah jelas mengatur berbagai urusan pemerintahan dan melaksanakan beban-beban syariah. Karena itu, tidak sah jika khalifah itu orang gila, karena orang gila tidak layak mengatur urusannya sendiri. Dengan demikian, tidak layak lagi jika orang gila mengatur berbagai urusan manusia.

5. Khalifah harus seseoeang yang adil. Orang fasik tidak sah diangkat sebagai khalifah. Adil merupakan syarat yang harus dipenuhi demi keabsahan ke-khilafah-an dan kelangsungannya. Sebab Allah SWT telah menyaratkan – dalam hal kesaksian, - seorang saksi adalah seorang yang adil. Allah SWT berfirman : "Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi yang adil diantara kalian." (Q.S. At Talaq : 2).

   Orang yang kuat kedudukannya daripada seorang saksi adalah khalifah. Karena itu lebih utama lagi jika ia seorang yang adil. Sebab, jika adil telah disyaratkan bagi seorang saksi, tentu sifat ini lebih utama lagi jika disyaratkan bagi khalifah.

6. Khalifah harus orang yang merdeka. Seorang hamba sahaya adalah milik tuannya sehingga ia tidak memiliki kewenangan untuk mengatur urusannya sendiri. Tentu saja ia tidak memiliki kewenangan untuk mengatur urusan orang lain, apalagi kewengangan untuk mengatur urusan manusia.

7. Khalifah harus orang yang mampu. Khalifah harus seseorang yang memiliki kemapuan untuk menjalankan amanah ke-khilafah-an. Sebab kemampuan itu merupakan keharusan yang dituntut dalam bai`at. Orang yang lemah tidak akan mampu menjalankan urusan-urusan rakyat sesuai dengan Al Kitab dan As Sunah, yang berdasarkan keduanyalah di-bai`at. Mahkamah madzalim memiliki

> hak untuk menetapkan jenis-jenis kelemahan yang tidak boleh ada pada diri khalifah sehingga ia bisa dinilai sebagai orang yang mampu dan termasuk ke dalam orang-orang yang memiliki kemampuan." (Hizbut Tahrir, 2005 : 36 - 40)

2.5.4 Metode Pengangkatan *Khalifah*

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, bahwa sistem *khilafah* memiliki keunikan jika dibandingkan dengan sistem pemerintahan lainnya. Keunikan tersebut juga mencakup metode pengangkatan *khalifah* dengan cara *b`aiat*, bukan semata-mata karena seseorang mendulang suara terbanyak dalam suatu pemilihan umum kepala negara atau bukan pula karena seseorang melakukan kudeta/merebut kekuasaan dari pemerintah yang sah. Sekalipun seseorang mendapatkan persetujuan dari mayoritas rakyat, maka bukan semata-mata karena suara terbanyak, melainkan bagian dari teknik pelaksanan, sementara hokum yang diterapkan adalah hokum Islam. Metode pengangkatan yang unik dan islamisasi tersebut dinamakan bai`at, sebagaimana penjelasan Hizbu Tahrir sebagai berikut :

> "Ketika syariat mewajibkan umat Islam untuk mengangkat khalifah bagi mereka, syariat juga telah menentukan metode pengangkatan yang harus dilaksanakan untuk mengangkat khalifah. Metode ini ditetapkan dengan Al Kitab, As Sunah, dan Ijmak Sahabat. Metode ini adalah *bai`at*. Dengan demikian pengangkatan khalifah itudilakukan dengan *baia`t* kaum muslim kepadanya untuk (memerintah) berdasarkan Kitabullah dan Sunnah Rasulullo. Yang dimaksud kaum muslim disini adalah kaum muslim yang menjadi rakyat *khalifah* sebelumnya jika *khalifah* sebelumnya itu ada, atau kaum muslim penduduk suatu wilayah yang disitu hendak diangkat seorang khalifah, jika sebelumnya tidak ada khalifah." (Hizbut Tahrir, 2005 : 41)

2.5.5 Pengertian *Bai'at*

Seperti kata dakwah, *bai`at* pun bukan dari bahasa Indonesia sehingga memiliki beberapa arti (*mustarakah*), secara umum *bai`at* adalah "Kata *Bai`at* adalah bentuk masdar dari *ba`a – yabi`u* yang artinya menjual, dan kadang-kadang diartikan *Asyiro* artinya membeli, dan kadang-kadang diartikan menjual." (Zakaria, 2000 : 33)

Sedangkan secara khusus, makna bai`at adalah lebih mendeskripsikan sebuah sumpah setia dan taat yang dilakukan oleh seseorang kepada yang lainnya. Hal ini, sebagaimana Atsier menjelaskan :

> "*Bai`at* ialah suatu ungkapan (gambaran) dan saling mengikat atau saling berjanji, (perjanjian dari kedua belah pihak) seolah-olah masing-masing dari keduanya telah menjual apa yang ada pada dirinya kepada saudaranya dan dan ia telah memberikan ketulusan hatinya, ketaatan, dan urusan internnya." (Atsier dalam Zakaria, 2000 : 34)

Dalam definisinya, Khaldun lebih menegaskan bahwa *bai`at* biasanya dilakukan secara struktural, bawahan ke atasan untuk tujuan tertentu, jadi disini ada jenjang hierarkis atasan dan bawahan tidak semata-mata antara dua orang yang tak punya kepentingan dalam urusan jabatan suatu institusi.

> "*Bai`at* adalah janji untuk taat, seolah-olah yang bai`at itu janji kepada *amir*-nya bahwa ia menyerahkan segala pemikirannya (keputusannya) di dalam urusan pribadi dan umat Islam seluruhnya, ia akan menentang sedikitpun dari kebijaksanannya dan ia siap untuk menaati apa-apa yang dibebankan kepadanya, baik dalam keadaan rela

> maupun terpaksa. Dan sesungguhnya mereka apabila ber-*bai`at* kepada *amir* dan mengikat janjinya, mereka meletakan tangan-tangan mereka di atas tangan *amir*-nya sebagai penguat janji, maka perbuatan itu menyerupai perbuatan si penjual dan si pembeli, kemudian disebut *bai`at masdar* (kata dasar) dari kata *ba`a* dan jadilah *bai`at* itu dengan menjabat tangan." (Khaldun dalam Zakaria, 2000 : 35)

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa *bai`at* itu adalah penyataan janji setia yang dinyatakan oleh seseorang di depan "imam" dengan berjabat tangan (kalau dengan laki-laki) sebagai penguat bahwa ia senantiasa akan patuh dan taat terhadap segala aturan dan ketentuan imam selama tidak bertentangan dengan ketentuan agama.

2.5.6 Pengertian *Bai'at Khalifah*

Setelah membahas *bai`at* secara umum, maka perlu kiranya dibahas mengenai *bai`at* secara khusus untuk memfokuskan pembahasan kepada konsep *khilafah* dimana *bai`at* merupakan metode satu-satunya dalam mengangkat *khalifah*, karena pada pembahasan *bai`at* sebelumnya tidak dijelaskan siapakan pemimpin yang akan di-*bai`at* tersebut. Istilah *bai`at khalifah* akan ditemukan dalam pembahasan ini, yaitu :

> "Bai`at *khalifah* ialah *bai`at* atau janji setia kepada seorang *khalifah*, bahwa ia siap mendukung juga taat dan patuh kepada kepemimpinannya, baik dukungan itu diucapkan secara langsung kepada *khalifah* atau secara tertulis. Hal ini sebagaimana yang terjadi terhadap Abu Bakar As Syidiq." (Zakaria, 2000 : 55)

Kontrak *bai'at* mengharuskan Khalifah untuk bertindak adil dan memerintah rakyatnya berdasarkan syariat Islam. Dia tidak memiliki kedaulatan dan tidak dapat melegislasi hukum dari pendapatnya sendiri yang

sesuai dengan kepentingan pribadi dan keluarganya. Setiap undang-undang yang hendak dia tetapkan haruslah berasal dari sumber hukum Islam, yang digali dengan metodologi yang terperinci, yaitu ijtihad. Apabila *khalifah* menetapkan aturan yang bertentangan dengan sumber hukum Islam, atau melakukan tindakan opresif terhadap rakyatnya, maka pengadilan tertinggi dan paling berkuasa dalam sistem Negara *Khilafah*, yaitu Mahkamah Mazhalim dapat memberikan *impeachment* kepada *khalifah* dan menggantinya.

Khalifah tidak ditunjuk oleh Allah, tetapi dipilih oleh kaum Muslim, dan memperoleh kekuasaannya melalui akad *bai'at*. Sistem Khilafah bukanlah sistem teokrasi. Konstitusinya tidak terbatas pada masalah religi dan moral sehingga mengabaikan masalah-masalah sosial, ekonomi, kebijakan luar negeri dan peradilan. Kemajuan ekonomi, penghapusan kemiskinan, dan peningkatan standar hidup masyarakat adalah tujuan-tujuan yang hendak direalisasikan oleh *khilafah*. Ini sangat berbeda dengan sistem teokrasi kuno di zaman pertengahan Eropa dimana kaum miskin dipaksa bekerja dan hidup dalam kondisi memprihatinkan dengan imbalan berupa janji-janji surgawi. Secara histories, *khilafah* terbukti sebagai negara yang kaya raya, sejahtera, dengan perekonomian yang makmur, standar hidup yang tinggi, dan menjadi pemimpin dunia dalam bidang industri serta riset ilmiah selama berabad-abad.

2.5.7 Ketentuan *Bai`at Khalifah*

Sebagai penegasan bahwa sistem khilafah adalah bukan sistem demokrasi atau komunis melainkan sistem Islam, maka harus ada ciri atau ketentuan yang memberdakan dengan sistem lainnya. "Ada beberapa ketentuan *bai`at* khalifah, diantaranya :

1. Hendaknya berdasarkan musyawarah di kalangan umat sehingga keimamannya diterima oleh seluruh atau mayoritas umat Islam. Dengan demikian tidak boleh mengangkat seseorang menjadi *khalifah* atau hanya dipilih oleh kalangan sendiri (*khalifah* lokal) tanpa melibatka kelompok umat Islam lain.

   Dalam hal ini Umar mengatakan sebagai berikut : "*Barang siapa yang membaia`at seorang Amir (Khalifah) tanpa musyawarah umat Islam, maka tidak ada bai`at (tidak sah bai`atnya) terhadap orang yang ia bai`at karena khawatir akan terjadi pembunuhan".* (HR. Ahmad).

2. Hendaknya hanya satu imam yang diangkat sebagai *khalifah* tidak boleh terjadi ada dua imam atau lebih, dan jika terjadi hendaklah dibunuh salah satunya. Sebagaimana dalam hadits di bawah ini :

   "*Dari Said Al Khudriyi ia berkata, Rasulullah telah bersabda : Jika di-ba`iat dua orang khalifah maka bunuhlah yang terakhir diantara keduanya".* (H.R. Muslim)

3. Orang yang memisahkan diri dan mengudar ketaatannya kepada imam, maka jika mati dinilai "Mati Jahiliyyah".

   Nabi Bersabda :

   "Barang siapa yang membuka tangan (mengudar) ketaatan (dari imam) niscaya ia bertemu dengan Alloh dengan tidak memiliki hujjah (alasan), dan barang siapa yang mati padahal tidak ada ikatan bai`at di pundaknya, maka ia pasti mati seperti mati zaman Jahilliyah". (H.R. Muslim)." (Zakaria, 2002 : 56 – 58)