

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia memiliki keragaman organisasi Islam yang cukup banyak dan memiliki karakteristik yang khas, seperti organisasi Islam Nahdlatul Ulama (NU) dan Persatuan Islam (Persis). NU dan Persis merupakan organisasi sosial agama yang bergerak dibidang pendidikan, agama, sosial, dan dakwah. NU sebagai organisasi Islam yang cukup besar di Indonesia memiliki karakteristik yang lebih adaptif terhadap nilai-nilai budaya lokal. Persis merupakan organisasi Islam yang lebih mengedepankan pemurnian agama dan menolak pemahaman Islam tradisional yang dianggap sudah tidak orisinal karena bercampur dengan budaya lokal.

Kedua organisasi ini memiliki latar belakang idiologi yang berbeda, hal ini dapat dilihat dari sejarah dari masing-masing organisasi ini. NU merupakan organisasi yang memiliki tradisi sosio-kultur yang melekat dengan mayoritas masyarakat di Indonesia khususnya warga Nahdliyyin. Jika dilihat dari

historisnya, NU pertama kali didirikan oleh KH. Hasyim Asy'ari pada 31 Januari 1926 di Surabaya. Nahdlatul Ulama merupakan salah satu organisasi yang dipelopori oleh para Ulama dengan haluan ideologi *Ahlu As-sunnah Wa Al-Jama'ah*. Maka kehadiran NU sebagai organisasi tradisional yang didorong dari semangat kebangsaan yang tinggi serta selalu komitmen dalam mempertahankan Islam yang ramah pada nilai-nilai budaya, menghargai perbedaan dan senantiasa menjaga tradisi nusantara.

Persis sendiri merupakan organisasi yang memfokuskan diri pada pengembangan budaya Islam di masyarakat, sebagai dampak pemahaman fiqh terhadap nilai-nilai ajaran Islam yang sakral dan pengutamaannya harus kepada Al-Qur'an dan Sunnah. Persis bukan Organisasi keagamaan yang berorientasi kepada politik, namun lebih fokus terhadap pendidikan Islam dan dakwah serta berusaha menegakkan ajaran Islam secara utuh.

Sebagai organisasi Islam di Indonesia NU dan Persis tentunya memiliki latar belakang dan budaya yang berbeda, perbedaan ini berdampak pada cara muballigh atau *da'i* dari kedua organisasi ini dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Salah satu usaha dalam pengembangan dakwah Islam adalah dengan

cara tabligh. Tabligh menurut Aziz merupakan usaha atau upaya dalam menyampaikan dan menyiarkan pesan Islam yang dilakukan baik berupa lisan ataupun tulisan.¹

Da'i memiliki peran untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak atau mad'u. Membina masyarakat dan menyebarkan agama Islam dengan menawarkan gagasan-gagasan berupa solusi bagi kehidupan umat. Aktivitas *da'i* yang sarat dengan penyampaian pesan kepada umat inilah, dalam perspektif komunikasi yang disebut sebagai aktivitas komunikasi.

Berdasarkan latar belakang idiologi yang berbeda antara NU dan Persis, tentunya akan berdampak pada cara *Da'i* NU dan *Da'i* Persis dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya. Hal tersebut dapat dilihat dari cara penyampaian, cara berpakaian yang selama ini melekat dengan para *da'i*.

Para *Da'i* atau Muballigh jika dilihat dari sudut pandang budaya, mereka selalu memiliki representasi tersendiri. Dapat dikatakan, masing-masing *da'i* memiliki representasi yang khas, ketika menampilkan diri saat berhadapan dengan khalayak yang mengonsumsi pesan-pesan dakwahnya.

¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah; Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 21.

Apa yang dilakukan dan disajikan oleh para *da'i* dengan segala representasi yang ada pada dirinya, hal tersebut merupakan suatu representasi budaya komunikasi yang secara terus menerus di komunikasikan kepada khalayak dengan tujuan adanya pengertian yang sama. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Yoka Pramadi dalam tesisnya mengartikan budaya komunikasi sebagai “..kepribadian, cara seseorang dalam menyelesaikan masalah, mengekspresikan diri, cara berpikir yang kemudian disampaikan kepada orang lain dengan tujuan adanya pengertian yang sama”.

Komunikasi dan budaya memiliki hubungan timbal balik. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi dan komunikasi pun turut menentukan budaya. Budaya komunikasi terjadi ketika orang-orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi memiliki latar belakang budaya dan pengalaman yang berbeda sehingga mencerminkan nilai yang dianut oleh kelompoknya.²

Para *da'i* yang memiliki karakteristik dalam penyampaian pesan-pesan dakwahnya dalam persepektif budaya komunikasi, merepresentasikan pemaknaan-pemaknaan terhadap apa yang para *da'i* lakukan. Budaya menurut

² Syukriadi Sambas, *Antropologi Komunikasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016), hlm 179

Hall, senantiasa perhatian dengan produksi dan pertukaran makna, antara memberi dan menerima makna, di antara anggota masyarakat dan kelompok.³

Berdasarkan pendapat tersebut dapat dikemukakan bahwa budaya komunikasi dalam organisasi adalah sesuatu yang mencerminkan asumsi-asumsi tentang seluruh anggota organisasi dalam hal ini karyawan, misi, produk, dan aktivitas. Asumsi-asumsi itu pula memiliki keberhasilan di masa lampau yang dapat mewujudkan norma-norma terhadap perilaku, harapan tentang apa yang terlihat, dirasakan, dan didengar, termasuk cara berpikir yang diinginkan dan yang sedang berlangsung.

Representasi yang ditampilkan oleh *da'i* baik dari kalangan NU dan Persis jika diamati memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Berlatar belakang dari perbedaan ideologi dari kedua organisasi ini menjadikan karakteristik para *da'inya* memiliki representasi yang berbeda-beda.

Para *da'i* dari kedua organisasi ini membangun representasi melalui pesan yang ditampilkan atas pemaknaan diri yang mereka bangun menjadi sebuah pesan yang utuh, kemudian hal tersebut diulang secara terus menerus.

³ Stuart Hall, *Cultural Representation and Signifying Practices*. (London : Sage, 1997), hlm. 2

Kegiatan atau tindakan yang dilakukan secara terus menerus oleh individu masing-masing itulah yang akan membentuk budaya yang di dalamnya terkandung unsur komunikasi.⁴

Perbedaan-perbedaan yang ada pada *Da'i* tersebut menarik untuk diteliti, sebab pada saat ini NU dan Persis merupakan organisasi Islam di Indonesia yang merupakan aset umat yang seharusnya bisa saling mengisi kekosongan satu sama lain, saling melengkapi sehingga dapat mewujudkan corak Islam yang *rahmatan lilaalamiin* namun alih-alih bisa saling melengkapi, terkadang sering kali terjadi benturan dan melahirkan konflik sosial. Hal tersebut terjadi salah satu faktornya adalah karena adanya ideologi dan representasi diri yang berbeda di antara para *Da'i* dari kedua organisasi Islam tersebut.

Melihat fenomena di atas, sangat cocok sekali dengan realitas yang ada di Kota Bandung yang notabene sebagian para mubalighnya memiliki afiliasi kepada organisasi Islam yang berlatarkan budaya NU dan Persis. Keduanya memiliki komunikasi budaya yang berbeda dan khas dalam menyampaikan dan menanggapi informasi.

⁴ Isabela, *Budaya Komunikasi*, hlm. 10-23.

Penelitian ini relevan dengan kajian Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), karena dari aspek Tabligh tujuan pada penelitian ini berguna untuk membahas budaya komunikasi para *Da'i* NU di Kota Bandung dan *Da'i* Persis Kota Bandung, dan secara praktis berguna untuk mengembangkan jenis dakwah hizbiyah yang akan dilakukan oleh suatu organisasi keagamaan atau lembaga dakwah. Selain untuk pengembangan dakwah hizbiyah, pada aspek lain yang masih relevan dengan kajian KPI, penelitian ini juga berguna untuk mengembangkan sistem Tadbir Islam pada suatu organisasi keagamaan atau lembaga dakwah.

1.1.Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas, maka pada fokus penelitian ini akan dibatasi pada kajian mengungkap budaya komunikasi mubaligh NU dan Persis dengan mengikuti definisi tentang budaya komunikasi itu sendiri, yakni suatu kegiatan atau tindakan dari sikap yang dilakukan secara terus menerus sehingga menjadi suatu budaya yang di dalamnya terkandung

unsur komunikasi. Adapun fokus penelitian ini akan dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana perbedaan budaya komunikasi mubalig NU dan mubalig Persis di Kota Bandung?
2. Apa kekhasan yang dimiliki oleh mubalig NU dan Mubalig Persis kota Bandung?

1.3 Tujuan dan kegunaan penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan yang berkaitan dengan fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui representasi yang dikemas dalam dakwah (*tabligh*) oleh mubaligh ormas NU dan Persis
2. Untuk mengetahui identitas yang dibangun oleh mubaligh ormas NU dan Persis dalam budaya komunikasinya
3. Untuk mengetahui produksi yang dilakukan oleh masing-masing mubaligh ormas NU dan Persis

4. Untuk mengetahui artikulasi konsumsi yang terjadi ketika mubaligh ormas NU dan Persis menciptakan produk budayanya
5. Untuk mengetahui regulasi yang diciptakan oleh masing-masing mubaligh NU dan Persis

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan baik dalam aspek teoritis maupun kegunaan pada aspek praktis, adapun kegunaan dari kedua aspek ini adalah:

1.3.1 Aspek teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian epistemologis komunikasi antar budaya, khususnya budaya komunikasi bagi para *da'i* Ormas Islam NU dan budaya Persis yang berada di lingkungan Kota Bandung.

1.3.2 Aspek Praktis

Signifikansi praktis penelitian ini antara lain:

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pemikiran dalam rangka meningkatkan pemahaman komunikasi budaya para *da'i* Ormas Islam NU dan Persis.

- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi khazanah keilmuan bagi almamater tercinta Program Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

1.4 Landasan Teoritis

Penelitian ini hendak menjelaskan bagaimana budaya komunikasi mubalig NU dan Persis di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pisau analisis teori identitas budaya dan teori budaya organisasi. Dengan pisan analisis tersebut diharapkan akan dapat menemukan bagaimana perbedaan budaya komunikasi mubalig NU dan Persis di kota Bandung.

Berdasarkan fokus penelitian yang disebutkan di atas, maka pada kerangka pemikiran ini akan membahas tentang defenisi operasional tentang budaya budaya organisasi dan juga budaya komunikasi, konsep dan teori yang berkaitan dengan budaya organisasi dan budaya komunikasi mubalig dari kedua organisasi tersebut. Konsep dan teori tersebut, pada tataran praktisnya akan menjadi landasan berpikir dan landasan operasional dalam penelitian ini.

Mengenali budaya organisasi menjadi sesuatu yang menarik sekaligus penting, sebab pemahaman terhadap budaya organisasi suatu kelompok dapat membantu mengidentifikasi karakteristik kelompok tersebut. Hal ini senada

dengan pendapat Schein dikutip Achmad Sobirin bahwa budaya organisasi tidak hanya terdiri dari asumsi dasar tetapi juga elemen-elemen lain yang lebih kasat mata yang mudah diamati oleh orang-orang di luar organisasi.

Budaya organisasi merupakan gaya dan cara hidup dari suatu organisasi yang merupakan cerminan dari nilai-nilai atau kepercayaan yang dianut oleh seluruh organisasi. Budaya organisasi adalah pola kepercayaan, nilai-nilai, ritual, symbol serta mitos para anggota suatu organisasi yang sebagian besar akan mempengaruhi terhadap sebagian besar aspek kehidupan organisasi.

Stephen P. Robbins yang dikutip Matondang mengatakan bahwa sistem pengertian bersama yang merupakan serangkaian karakter penting sebagai nilai yang dipegang oleh anggota-anggota suatu organisasi, yang membedakan suatu organisasi dengan organisasi lainnya.⁵ Dengan demikian budaya organisasi merupakan suatu program mental yang kolektif yang membedakan anggota suatu kelompok dari kelompok lainnya. Meskipun budaya itu berada dalam

⁵ Aris Risdiana, *Budaya Organisasi Pondok Pesantren Berbasis NU dan Persis Benda 67 di Tasikmalaya Jawa Barat*, APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama Volume 16, Nomor 2, 2016 | Page: 73-83

pikiran setiap individu akan tetapi ia menjadi terkristalisasi dalam institusi dan produk (perilaku) suatu kelompok masyarakat atau organisasi.⁶

Salah satu elemen yang terdapat dalam budaya organisasi yang menjadikan organisasi tersebut memiliki ciri khas adalah budaya komunikasinya, budaya komunikasi satu kelompok akan berbeda dengan kelompok lainnya, karena sedikit banyaknya kelompok/organisasi tersebut akan membentuk karakter para anggotanya. Yoka Pramadi dalam tesisnya mengartikan budaya komunikasi sebagai “..kepribadian, cara seseorang dalam menyelesaikan masalah, mengekspresikan diri, cara berpikir yang kemudian disampaikan kepada orang lain dengan tujuan adanya pengertian yang sama”. Definisi tersebut mengacu kepada definisi budaya dan komunikasi. Yoka mendefinisikan budaya sebagaimana yang dikemukakan oleh Soerjono Soekanto, bahwa budaya adalah alat kehidupan bagi manusia. Dikatakannya pula bahwa budaya sebagai kepribadian, cara seseorang untuk memecahkan masalah, mengekspresikan diri dan cara berpikir. Sementara komunikasi ia

⁶ *Ibid*, Aris Risdiana

definisikan sebagai apa-apa yang dilakukan manusia untuk menyampaikan maksud hati atau keinginan kepada orang lain.

Karena itu, untuk memperoleh pengertian yang sama, melalui proses penyampaian cara berfikir dan mengekspresikan dirinya, berkerjanya budaya komunikasi tidak akan lepas dari bahasa. Bahasa adalah alat atau perwujudan budaya, yang digunakan manusia untuk saling berkomunikasi untuk menyampaikan maksud hati atau kemauan kepada yang lain. Bahasa menurut Yoka dijadikan sebagai alat untuk menyesuaikan diri dengan adat istiadat, tingkah laku tata karma dan sekaligus untuk membaurkan diri dengan segala bentuk masyarakat. Ketika manusia mengekspresikan diri, beradaptasi, berinteraksi, bahasa memberikan fungsi kepada manusia untuk itu. Melalui komunikasi, kepribadian komunikator terekspresikan tiap-tiap hari hasil pemikirannya. Di sini kaitan antara budaya dan komunikasi. Budaya tidak akan terlepas dari komunikasi dan begitu sebaliknya. Sehingga, budaya komunikasi menurut Yoka memiliki arah membentuk sebuah gaya hidup. Yoka mengatakan bahwa komunikasi adalah budaya yang melahirkan gaya hidup tersebut.

Mubalig, sebagai pelaku tabligh, tidak akan lepas dari kegiatan pertukaran makna. Menyampaikan pesan kepada jamaahnya. Para mubligh baik NU maupun Persis pun tidak lepas dari aktivitas tersebut. Seorang mubalig menyampaikan pesan-pesannya agar mendapatkan pengertian yang sama di antara ia dan jamaahnya. Proses ini ketika dilakukan secara berulang-ulang, akan memunculkan ekspresi-ekspresi diri dan cara berpikir yang khas pada seorang mubalig. Inilah yang kemudian oleh Yoka Pramadi dalam tesisnya ia disebut sebagai budaya komunikasi.

Sementara menurut Clifford Geertz, ia mengemukakan gagasan tentang budaya sebagai sebuah pemaknaan-pemaknaan yang terwujud dalam bentuk-bentuk simbolis, yang ditransmisikan secara historis yang melaluinya (orang) berkomunikasi. Mengabdikan, dan mengembangkan pengetahuannya tentang sikap terhadap hidup. Menurut pandangan Clifford Geertz budaya adalah merupakan pola pemaknaan yang terwujud dalam bentuk-bentuk simbolis yang ditransmisikan secara historis yang melaluinya (orang) berkomunikasi, mengabdikan, dan mengembangkan pengetahuannya tentang sikap terhadap hidup.

Berdasarkan pendapat Clifford Greetz ini jika di kaitkan dengan definisi komunikasi sebagai proses interaksi antar manusia, melalui pesan yang di produksi dan mengalami pertukaran makna dengan mengacu pada struktur referensi budaya tertentu, maka disimpulkan budaya komunikasi adalah representasi pemaknaan yang terwujud dalam bentuk-bentuk simbolik yang ditransmisikan dengan interaksi-interaksi sosial melalui pesan yang diproduksi oleh pelaku budayanya dan saling mengalami pertukaran makna yang mengacu pada struktur referensi eksternalnya.

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah mubalig, yaitu akan digali bagaimana budaya komunikasi mubalig dari kedua organisasi Islam yang ada di kota Bandung yaitu organisasi Persis dan NU. Dengan dilakukannya penelitian ini ingin mengetahui apakah terdapat perbedaan dalam budaya komunikasi antara mubalig dari NU dan mubalig dari Persis di kota Bandung. Istilah mubalig berasal dari kata *balagham yuabllighu, tablighan muballigh* yang secara harfiah berarti orang yang menyampaikan. Dalam KBBI, mubalig artinya orang yang menyiarkan (menyampaikan) ajaran agama islam.

Adapun ormas Nahdlatul 'Ulama (NU) adalah sebuah organisasi Islam di Indonesia. Organisasi ini berdiri 31 Januari 1926 dan bergerak di bidang keagamaan, pendidikan, sosial, dan ekonomi. Tujuan: Keagamaan dan sosial (Islam). Pola pikir NU mengambil jalan tengah rasionalis dengan skripturalis. Rujukan tokoh teologi pemikirannya antara lain ialah Abu al-Hasan al-Asy'ari dan Abu Mansur Al Maturidi. Secara fikih, cenderung bermazhab Imam Syafi'i, dengan tetap memberi tempat pada Imam Hanafi, Imam Maliki, dan Imam Hanbali. Pada 1984, NU menggariskan "kembali ke khithah": meraut kembali warna ajaran ahlussunah wal jama'an, dan berbagai ukuwah pergerakan lainnya, dalam konteks kemasyarakatan dan kebangsaan.

Persatuan Islam (Persis), merupakan organisasi yang memokuskan diri pada pengembangan "budaya" Islam di masyarakat: "sebagai dampak pemahaman (fikih) terhadap nilai-nilai ajaran Islam yang sakral dan pengutamaan terhadap Al Quran dan Assunah" Persis, menurut berbagai situs internet, didirikan pada 12 September 1923, di Bandung, oleh sekelompok orang yang berminat dalam pendidikan dan aktivitas keagamaan. Pemimpin saat itu ialah Haji Zamzam dan Haji Muhammad Yunus.

Persis dibentuk untuk tujuan memberikan pemahaman Islam yang sesuai dengan aslinya yang dibawa oleh Rasulullah Saw dan memberikan pandangan berbeda dari pemahaman Islam tradisional yang dianggap sudah tidak orisinal karena bercampur dengan budaya lokal, sikap taklid buta, sikap tidak kritis, dan tidak mau menggali Islam lebih dalam dengan membuka Kitab-kitab Hadis yang shahih. Oleh karena itu, lewat para ulamanya seperti Ahmad Hassan yang juga dikenal dengan Hassan Bandung atau Hassan Bangil, Persis mengenalkan Islam yang hanya bersumber dari AlQuran dan Hadis (sabda Nabi). Persis bukan organisasi keagamaan yang berorientasi politik namun lebih fokus terhadap pendidikan Islam dan dakwah dan berusaha menegakkan ajaran Islam secara utuh tanpa dicampuri khurafat, syirik, dan bid'ah, yang telah banyak menyebar di kalangan awam orang Islam.

Dengan mengacu pada defenisi budaya komunikasi dan defenisi mubalig serta ormas Nu dan Persis di atas, untuk menjawab rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini akan menggunakan beberapa teori dan konsep untuk menjawabnya. Penelitian ini menggunakan 1) teori komunikasi identitas, 2) teori performa komunikasi

1.4.1 Teori Identitas Budaya

a. Pengertian budaya

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Bahasa, sebagaimana juga budaya, merupakan bagian tak terpisahkan dari diri manusia sehingga banyak orang cenderung menganggapnya diwariskan secara genetis. Ketika seseorang berusaha berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda budaya dan menyesuaikan perbedaan-perbedaannya, membuktikan bahwa budaya itu dipelajari. Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh. budaya bersifat kompleks, abstrak, dan luas.

Banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. Unsur-unsur sosio-budaya ini tersebar dan meliputi banyak kegiatan sosial manusia.⁷

⁷ Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rakhmat. *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. 2006. Bandung: Remaja Rosdakarya. hlm.25

Kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat. Melville J. Herskovits dan Bronislaw Malinowski mengemukakan bahwa segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri. Istilah untuk pendapat itu adalah Cultural-Determinism. Menurut Selo Soemardjan dan Soelaiman Soemardi, kebudayaan adalah sarana hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. Kebudayaan juga bisa diartikan sebagai keseluruhan symbol, pemaknaan, penggambaran, struktur aturan, kebiasaan, nilai, pemrosesan informasi, dan pengalihan pola-pola konvensi pikiran, perkataan, dan perbuatan atau tindakan yang dibagikan diantara para anggota suatu system social dan kelompok social dalam suatu masyarakat.⁸

Sedangkan perwujudan kebudayaan adalah benda-benda yang diciptakan oleh manusia sebagai makhluk yang berbudaya, berupa perilaku dan benda-benda yang bersifat nyata, misalnya pola-pola perilaku, bahasa, peralatan hidup, organisasi sosial, religi, seni, dan lain-lain, yang kesemuanya ditujukan untuk membantu manusia dalam melangsungkan kehidupan bermasyarakat.

⁸ Alo Liliweri.2001. *Gatra Gatra Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset hlm.

b. Ciri-ciri budaya

Kebudayaan mencakup 7 unsur universal sesuai urutan dari yang lebih sukar berubah¹⁴, yaitu:(1) sistem religi & upacara keagamaan;(2) sistem dan organisasi kemasyarakatan;(3) sistem pengetahuan;(4) sistem bahasa;(5) sistem kesenian;(6) sistem matapencarian hidup; dan(7) sistem teknologi dan peralatan.Kebudayaan adalah khas hasil manusia, karena di dalamnya, manusia menyatakan dirinya sebagai manusia, mengembangkan keadaannya sebagai manusia, dan memperkenalkan dirinya sebagai manusia. Dalam kebudayaan, bertindaklah manusia sebagai manusia dihadapan alam, namun ia membedakan dirinya dari alam dan menundukkan alam bagi dirinya.

Ciri-ciri khas kebudayaan adalah:

1. Bersifat historis. Manusia membuat sejarah yang bergerak dinamis dan selalu maju yang diwariskan secara turun temurun
2. Bersifat geografis. Kebudayaan manusia tidak selalu berjalan seragam, ada yang berkembang pesat dan ada yang lamban, dan ada pula yang mandeg (stagnan) yang nyaris berhenti kemajuannya. Dalam interaksi dengan

lingkungan, kebudayaan kemudian berkembang pada komunitas tertentu, dan lalu meluas dalam kesukuan dan kebangsaan/ras. Kemudian kebudayaan itu meluas dan mencakup wilayah/regional, dan makin meluas dengan belahan-bumi. Puncaknya adalah kebudayaan kosmo (duniawi) dalam era informasi dimana terjadi saling melebur dan berinteraksinya kebudayaan-kebudayaan.

3. Bersifat perwujudan nilai-nilai tertentu. Dalam perjalanan kebudayaan, manusia selalu berusaha melampaui (batas) keterbatasannya. Di sinilah manusia terbentur pada nilai, nilai yang mana, dan seberapa jauh nilai itu bisa dikembangkan dan Sampai batas mana

Keanekaragaman adat istiadat, agama, seni, budaya, dan bahasa yang berkembang di Indonesia melahirkan adanya kebudayaan nasional dan kebudayaan daerah. Kebudayaan daerah memiliki ciri khas tersendiri.

c. Budaya massa

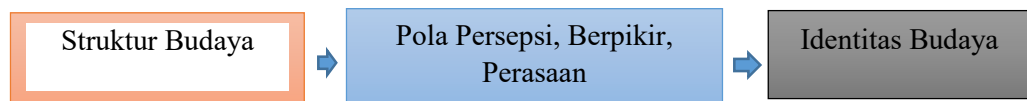
Secara sederhana budaya massa (mass culture) serupa dengan budaya populer dalam basis penggunanya: Masyarakat kebanyakan. Namun, berbeda dengan budaya populer yang tumbuh dari masyarakat sendiri dan digunakan

tanpa niatan profit, budaya massa diproduksi lewat teknik-teknik produksi massal industri. Budaya tersebut dipasarkan kepada massa (konsumen) secara komersial. Budaya ini kemudian dikenal pula sebagai budaya komersial yang menyingkirkan budaya-budaya lain yang tidak mampu mencetak uang seperti budaya elit (high culture), budaya rakyat (folk culture) dan budaya populer (popular culture) yang dianggap ketinggalan zaman.

d. Identitas budaya

Dalam praktik komunikasi identitas tidak hanya memberikan makna tentang pribadi seseorang, tetapi lebih jauh dari itu menjadi ciri khas sebuah kebudayaan yang melatarbelakanginya.⁹ Dan dari ciri khas tersebut seseorang dapat menemukan dari mana orang yang dia kenal. Secara etimologis, kata identitas berasal dari kata identity yang berarti (1) kondisi atau kenyataan tentang sesuatu yang sama, suatu keadaan yang mirip satu sama lain; (2) kondisi atau fakta tentang sesuatu yang sama diantara dua orang atau dua benda; (3) kondisi atau fakta yang menggambarkan sesuatu yang sama diantara dua orang individu atau dua kelompok atau benda.

⁹Alo Liliweri, makna budaya dalam komunikasi antar budaya, hlm. 68



Terbentuknya Identitas Budaya

Hubungan antar manusia atau antar kelompok memiliki tataran identitas yang lebih kompleks. Simone de Beauvoir pernah mengatakan bahwa fakta menunjukkan usaha untuk menjadi manusiawi lebih penting daripada semua hal lain teristimewa membedakannya dengan orang lain. Demikian pula kata Mark Twain, “saya tidak suka seperti orangg munafik. Saya tidak pernah memperhatikan perbedaan antara hitam dan putih atau bangsa asalnya. Namun, saya lebih suka mengetahui bilamana seseorang menjadi manusia, meskipun itu mengada-ada, namun sudah cukup berkesan bagi saya.”

Identitas budaya adalah rincian karakteristik atau ciri-ciri sebuah kebudayaan yang dimiliki oleh sekelompok orang yang diketahui batas-batasnya tatkala dibandingkan dengan karakteristik atau ciri-ciri kebudayaan orang lain. Juga berarti jika seseorang ingin mengetahui dan menetapkan identitas budaya, maka tidak hanya menentukan karakteristik atau ciri-ciri fisik atau biologis semata, tetapi mengkaji identitas kebudayaan sekelompok

manusia melalui tatanan berfikir (cara berpikir, orientasi berpikir), perasaan (cara merasa dan orientasi perasaan), dan cara bertindak (motivasi tindakan atau orientasi tindakan). Kenneth Burke menjelaskan bahwa untuk menentukan identitas budaya itu sangat tergantung pada 'bahasa' (sebagai unsur nonmaterial), bagaimana representasi bahasa menjelaskan sebuah kenyataan atas semua identitas yang dirinci kemudian dibandingkan.¹⁰

Menurutnya, persamaan identitas seseorang atau sesuatu itu selalu mengikuti konsep penggunaan bahasa, terutama untuk mengerti suatu kata secara denotative atau konotatif. Identitas budaya dapat diartikan sebagai suatu ciri berupa budaya yang membedakan suatu bangsa atau kelompok masyarakat dengan kelompok yang lainnya. Setiap kelompok masyarakat atau bangsa pasti memiliki budaya sendiri yang berbeda dengan bangsa lainnya. Dalam hal ini, Indonesia yang memiliki berbagai macam suku bangsa juga memiliki berbagai macam budaya yang berbeda-beda.

Budaya yang dimiliki oleh masing-masing kelompok tersebut tentunya memiliki ciri atau keunikan tersendiri dibandingkan dengan kelompok-

¹⁰ Alo Liliweri, *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya*, hlm. 72

kelompok masyarakat lainnya. Dan hal tersebutlah yang membedakan budaya antar suku atau kelompok masyarakat di Indonesia.

Rumusan Penelitian ini ialah bagaimana identitas yang dibangun oleh para mubalig NU dan Persis dalam budaya komunikasinya, menggunakan identitas budaya menurut Michael Hecht dan koleganya. Teori identitas budaya berada dalam salah satu ruang lingkup tradisi sosiokultural dalam rumpun teori komunikasi.

Michael Hecht tentang identitas, menurutnya identitas tergabung dari tiga konteks budaya, yaitu individu, komunal dan public.¹¹ Menurut teori ini identitas adalah penghubung utama antara individu dan masyarakat. Sementara komunikasi adalah mata rantai yang memperbolehkan hubungan itu terjadi. Identitas itu sendiri terdiri dari “kode” yang mampu mendefinisikan keanggotaan individu dalam komunitas yang beragam. Ia terdiri dari simbol-simbol dan makna-makna. Simbol dapat berupa pakaian, kepemilikan dan kata-kata seperti deskripsi diri atau material yang biasa disebut oleh individu tersebut. Sementara makna adalah mata rantai di antara orang lain dan individu

¹¹ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss. *Teori Komunikasi*, Ed.9. (Jakarta:Salemba Humanika,2014), hlm. 131

tersebut ketika menghubungkan dengan realitas benda-benda yang dijadikan simbol.¹²

Identitas secara kolektif identitas secara kolektif maupun individu merupakan *the fundamental source of meaning* atau sumber paling dasar dari makna. Castell menyatakan bahwa ada beberapa poin yang menggambarkan lebih lengkap tentang aspek-aspek identitas, yakni sumber makna dan pengalaman seseorang, makna terkonstruksi dari seperangkat atribut budaya, dan makna pengalaman visual ketika individu organisasi berada pada suatu tempat sehingga membentuk gambaran tempat tersebut. Identitas diantaranya berfungsi sebagai penata dan pengelola makna yang terkait dengan internalisasi nilai, norma dan idealisme.

Identitas terbentuk berdasarkan pengalaman setiap anggota organisasi, sehingga antara mubaligh Persis dan NU memiliki identitas berdasarkan pengalaman dan makna yang terbentuk di Organisasi tersebut. Pada dasarnya Identitas terbagi dua yaitu identitas sosial dan identitas pribadi. Identitas sosial lebih mengarah kepada mendefinisikan diri mubaligh didalam internal

¹²*Ibid*, hlm 131

organisasi, sedangkan identitas pribadi adalah yang menentukan individu anggota organisasi dalam pergaulan pribadi dan bersifat istimewa.

Penampilan adalah simbol-simbol aspek yang lebih mendalam tentang identitas yang akan mendefinisikan dan memahami mubaligh Persis dan NU melalui penampilan. Identitas dibentuk dalam interaksi antara Mubaligh dengan masyarakat khususnya Organisasi. Identitas yang terbangun dikalangan mubaligh Persis dan NU adalah hasil pencarian keseimbangan dalam hidup dan sebagian bergantung pada kekuatan yang didapatkan manusia pendahulu ataupun leluhur. Di NU identitas terbentuk bukan melalui perseorangan individu anggota, tetapi terbentuk dari akumulasi kolektif kelompok masyarakat dan pendahulu sebelumnya. Sehingga terbentuk identitas dari mubaligh NU dari semua segi, misalnya pada awal Muqadimah Ceramah, kebiasaan yang sudah menjadi identitas NU adalah Shalawat kepada Nabi yang lengkap dan panjang.

1.4.2 Teori Pertunjukan Komunikasi/Performa

Searah dengan fokus penelitian bahwa penelitian ini bahwa ingin meneliti performa dai Persis dan dai NU. Maka untuk mendapatkan hasil yang

sesuai peneliti menggunakan teori Pertunjukan Komunikasi/performa oleh Pacanowsky dan Trujillo yang menyatakan bahwa setiap budaya organisasi yang terbentuk dan memiliki keunikan bagi organisasi tertentu adalah hasil dari pertunjukan komunikasi anggota organisasi.¹³

Hasil penelitian *Pacanowsky* membuktikan bahwa anggota-anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan perasaan yang dimiliki bersama mengenai realitas organisasi, yang berakibat pemahaman yang lebih baik mengenai nilai-nilai sebuah organisasi.¹⁴ Penggunaan dan interpretasi simbol dalam organisasi sangatlah penting dalam budaya organisasi. Sehingga menciptakan variasi budaya dalam setiap organisasi yang berbeda dan interpretasi tindakan dalam budaya juga beragam.

Performa merupakan metafora yang menggambarkan proses simbolik pemahaman akan perilaku manusia dalam sebuah organisasi. Performa sendiri terkait dengan sikap dan tindakan setiap individu-individu yang berada dalam sebuah organisasi sehingga memberikan peran pada setiap anggota organisasi.

¹³ Morrisson, *Teori Komunikasi Organisasi* (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 106

¹⁴ West, Turner, *Pengantar Teori Komunikasi, Analisa dan Aplikasi* (Jakarta:Salemba Humanika), hlm. 319

Performa tercipta melalui perjalanan karir dan atas pemahaman dan pengalaman yang diperoleh selama beraktivitas. Pengetahuan dan pengaplikasiannya mempengaruhi performa dapat lahir dalam diri setiap individu anggota organisasi.

Performa komunikasi bisa didapatkan oleh siapa saja dalam sebuah organisasi, setiap individu mempunyai kesempatan yang sama dan dapat dianalisa melalui perfroma komunikatif. Penjabaran performa komunikatif ada 5, yaitu 1) Performa Ritual, 2) Performa Hasrat, 3) Performa Sosial, 4) Performa Politis, 5) Performa Enkulturasi.¹⁵ Kelima performa ini dapat dilakukan oleh setiap anggota untuk mendapatkan hasil yang baik dan menciptakan identitas yang unik bagi organisasi.

Pada penjabarannya bahwa kelima performa komunikatif tersebut adalah sebagai berikut :

1. Performa Ritual

Performa ritual yang dimaksud peneliti bukanlah ritual agama, namun apa saja yang menjadi kegiatan atau rutinitas yang dilakukan secara berulang-

¹⁵ Wezt, Turner, *Pengantar Teori Komunikasi*, hlm. 325

ulang oleh seorang mubaligh dari ormas Persis dan Nu. Performa ritual mencakup beberapa elemen yaitu, Ritual Personal, ritual kerja, ritual sosial, ritual organisasi.

2. Performa Hasrat

Pertunjukan komunikasi adalah berarti kesukaan atau kegemaran, maksudnya adalah bagaimana setiap anggota organisasi berupaya untuk menjadikan tugas organisasi dan tanggung jawab rutinnnya menjadi tidak membosankan.

3. Performa Sosial

Pergaulan serta basa-basi yang biasa dilakukan oleh setiap anggota organisasi, penghormatan yang dilakukan untuk meningkatkan kerja sama di antara anggota organisasi. Bagaimana mubaligh Persis dan NU membangun komunikasi yang baik sebagai anggota organisasi dan membawa dampak baik sebagai identitas anggota organisasi.

4. Performa Politis

Pengaruh posisi dan kedudukan memberikan efek baik dalam menciptakan dan memperkuat gagasan mengenai kekuasaan yang mencakup perilaku untuk menunjukkan kekuatan pribadi.

5. Enkulturasasi

Proses pengajaran budaya organisasi kepada anggota lainnya oleh satu individu anggota. Proses yang berlangsung secara terus menerus dan memiliki peran yang sangat penting dalam proses ini.¹⁶

Mubaligh Persis dan NU dalam setiap komunikasi yang dilakukan sudah barang tentu membawa performa komunikasi berbeda. Pengalaman mubaligh Persis dan Nu yang membentuk performa komunikasi masing-masing. Sehingga mempengaruhi simbol-simbol komunikasi yang digunakan. Misalnya dalam performa komunikasi mubaligh NU tentu dengan pengalaman organisasi yang terstruktur dalam organisasi NU secara Struktural. Mengacu pada lima prinsip teori performa komunikasi mubaligh Persis dan NU jelas mendapat pengalaman organisasi yang berbeda yang membentuk identitas atau simbol masing-masing mubaligh

¹⁶ Wezt, Turner, *Pengantar Teori Komunikasi*, hlm. 325