

SOSIOLOGI MASYARAKAT MEURAH MULIA DITINJAU DARI PERSPEKTIF TUHA PEUT

Kamaruzzaman

kamzem2stain@yahoo.com

Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah lembaga adat tuha peut sebagai fungsionaris gampong di kecamatan meurah mulia, Penelitian ini bersifat studi lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian sebagai berikut pertama, fungsi tuha peut dan cara penyelesaian kasus sangat beragam sesuai masalah yang ada dalam masyarakat . kedua, Fungsi Tuha Peut dalam masyarakat Meurah Mulia adalah sebagai jantung pengembangan masyarakat Gampong, dimana keberadaannya dapat memberikan sebuah inspirasi, inovasi, dan mediasi dalam mencerdaskan masyarakat Gampong. Maju mundurnya gampong sangat mempengaruhi dari aktifnya lembaga Tuha Peut, Gampong Menasah Manyang, dewasa ini banyak kegiatan kemasyarakatan yang telah dilakukan diantaranya. Pemilihan Geuchik Gampong, Penetapan masyarakat yang berhak menerima zakat dan yang berhak memberi zakat, memberikan peringatan bagi tamu khususnya laki-laki yang bertamu pada larut malam pada rumah perempuan yang bukan muhrim, Pengontrol

kinerja Geuchik, Pembuatan Undang-Undang gampong. Ketiga, sangsi adat belum dapat terlaksana karena tuha peut kurang mampu mendesign qanun adat secara maksimal. Keempat, Tuha Peut memiliki peranan yang sangat besar, di mana peranannya sebagai Centre of Share Idea dalam segala dimensi atau program yang akan dijalankan ke depan, baik menyangkut pembangunan Irigasi maupun aktifitas sosial lainnya.

Kata Kunci: Sosiologi, Adat, *Tuha Peut*, Masyarakat.

PENDAHULUAN

Tuha peut merupakan salah satu fungsionaris sosial dalam sistem pemerintahan gampong di Aceh. Otoritas tuha peut menyelesaikan konflik Syahrizal (2006:2). sosial dalam masyarakat yang dibantu oleh geuchik, imum meunasah dan ditambah salah satu peutua adat. Dalam pasal 12 ayat (2). Qanun Provinsi NAD Nomor 5 tahun 2003 tentang Pemerinthan gampong dalam Provinsi NAD disebutkan bahwa, "Geuchik sebagai hakim perdamaian dibantu oleh imum meunasah dan tuha peut gampong.¹ Dalam qanun ini tidak disebut-sebut keterlibatan petua lembaga adat tertentu dan sekretaris gampong, namun dalam prakteknya mereka menjadi anggota hakim perdamaian dan juru tulis.

Susunan lengkap Majelis Peradilan Perdamaian di tingkat gampong terdiri dari; geuchik sebagai hakim ketua merangkap anggota; Tgk Meunasah sebagai hakim anggota; para tuha peut; salah satu peutua lembaga adat dan sekretaris gampoeng sebagai panitra, yang bertugas mencatat semua peristiwa yang terjadi selama sidang/musyawarah adat berlangsung. Adurrahman (2006)

Penyelesaian konflik dan sanksi hukum yang telah diputuskan melalui lembaga tuha peut sebagai salah satu upaya dan keprihatinannya terhadap kelangsungan adat istiadat di Provinsi

¹ www.acehinstitute@yahoo.org (1997)

Nanggroe Aceh Darussalam. Tanpa upaya penyelesaian konflik melalui lembaga tuha peut dikuatirkan, akan menimbulkan konflik baru sehingga akan membawa kepada pertengkaran dan dendam secara berkelanjutan. Pola yang ditawarkan dalam penyelesaian konflik melalui lembaga tuha peut adalah pola kemaslahatan atau peumat jaroe. Jika terjadi konflik berdarah, setelah disepakati untuk berdamai, pasti dilanjutkan dengan upacara sayam. Sayam bermakna, "menggantikan darah yang tumpah dengan materi, dapat berupa uang, atau hewan peliharaan (ayam, kambing, lembu atau kerbau). Besar tidaknya materi yang akan dipertukarkan tergantung pada banyak tidaknya darah yang tumpah. Hal ini diukur oleh tuha peut, pemangku adat setempat dan disepakati oleh kedua belah pihak.

Mengingat besarnya peranan lembaga tuha peut di tengah-tengah kehidupan masyarakat gampong, maka lembaga ini perlu dilestarikan. Pelestarian itu tidak akan terjadi jika ketidak ikutsertaan tokoh adat, masyarakat setempat dan pemerintah daerah. Jika lembaga tuha peut kurang mendapat perhatian dari unsur-unsur ini maka secara sistematis nilai adat yang menjadi *prototype* lembaga tuha peut akan terjadi degradasi di tengah masyarakat Aceh. Inilah yang selalu diingatkan oleh para leluhur melalui ungkapan *hadih maja*: "*Matee aneuk meupat jeurat, gadoh adat pat tamita.*"(meninggal anak jelas pusaranya, hilang adat kemana hendak dicari).Ungkapan ini menjadi salah satu indikator bahwa norma dan nilai adat itu sangat urgen dalam masyarakat Aceh sehingga setiap saatnya perlu diaktualisasi, diapresiasi dan dilestarikan. Muliadi Kurdi, dkk (2015:43)

Semangat dan nilai agung yang terkandung dalam *hadih maja* di atas sangat bermakna dalam kehidupan masyarakat sehingga perlu suatu proses rekonstruksi, inventarisasi, dan apresiasi terhadap pengaruh norma adat melalui Lembaga *tuha peut* di Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Kajian ini, dimaksudkan untuk menggali kembali khazanah dan fungsionaris tuha peut dalam

tatanan kehidupan masyarakat. Pemungisian kembali Lembaga *tuha peut* dan hukum *adat* akan menumbuhkan dinamika kerjasama dan interaksi sosial antara pemerintah dan lembaga *tuha peut*, dalam proses pelaksanaan pembangunan.

METODOLOGI

Penelitian ini bersifat studi lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor (1975:5) Pendekatan ini akan didapatkan pengertian, penalaran, definisi suatu situasi tentang istilah-istilah yang lazim dipakai dalam kelembagaan *tuha peut*. Model pendekatan kualitatif sering dipakai ketika akan menelusuri masyarakat dalam kehidupannya sehari-hari terutama menyangkut kehidupan praktis atau menyangkut kehidupan sosial budaya (*socio-cultural approach*). Dalam pendekatan ini sangat mementingkan pada proses penelitian; oleh karena itu urutan-urutan kegiatan dapat berubah-ubah tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan di lapangan.

Meskipun demikian dalam memperkuat data tentang *tuha peut*, telaah kepustakaan dalam informasi data yang diperlukan tetap akan digunakan. Proses penelitian ini dilakukan dengan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Telaah Dokumentasi

Teknik ini dipakai adalah untuk memperoleh informasi yang lengkap dan menyeluruh tentang *tuha peut*.

Untuk memperoleh gambaran dan data yang komprehensif tentang berbagai aspek yang terkait dengan lembaga *tuha peut*, maka telaah terhadap berbagai sumber dan hasil penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya sangat diperlukan. Hal ini dilakukan agar memperoleh teori yang berkaitan dengan pembahasan dan memperkaya kerangka konseptual (*Theoretical Framework*).

2. Wawancara mendalam (*depth interview*)

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data dari informan kunci (*key informan*), yang terdiri dari 25 unsur dari 5 desa dalam kecamatan Meurah Mulia. Masing-masing dari unsur tersebut adalah satu orang geuchik, unsur tuha peut, imum meunasah, tokoh masyarakat, dan unsur pemuda.

Data yang diperoleh dari informan kunci di atas akan diperluas pemahaman tentang Lembaga tuha peut dengan menggunakan sistem *snowballing*. Data tersebut akan di *cross check* kembali sesuai dengan instrumen wawancara yang telah disiapkan.

PEMBAHASAN

1. Letak Geografis Kecamatan Meurah Mulia

Meurah Mulia adalah salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Aceh Utara. Secara geografis kecamatan ini berdekatan dengan kecamatan Samudera Pase. Samudera Pasai beribukotakan Geudong. Jarak tempuh dari kecamatan Meurah Mulia ke kota Geudong hanya berkisar 5 KM atau akan menghabiskan waktu 15 menit dengan mengenderai roda dua dan roda empat untuk sampai ke kota tersebut.

Kecamatan Meurah Mulia memiliki ruas jalan utama yang melintang dari arah Selatan menuju Utara ke arah kota Geudong. Melalui jalan utama ini ramai dilalui oleh masyarakat dengan mengenderai roda dua dan roda empat dalam beraktifitas sehari-hari.

Secara demografis masyarakat Meurah Mulia mayoritas hidup di sektor pertanian, walaupun tidak terlihat hasil pertanian yang signifikan. Mereka sangat tergantung pada hasil sawah dan ladang yang mereka lakukan secara musiman yaitu dua kali bersawah dalam satu tahun. Sedangkan berladang mereka hanya menanam sawit, pinang, coklat, dan sejenis tanaman tua lainnya hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

Luas kecamatan Meurah Mulia 202.57 KM yang terdiri dari 3 kemukiman antara lain:

1. Kemukiman Teunong
2. Kemukiman Baroh
3. Kemukiman

Batas teritorial kecamatan Meurah Mulia adalah sebelah Utara bersebelahan dengan Kecamatan samudera Pasai (Kota Geudong), sebelah Selatan berdekatan dengan kabupaten Aceh Tengah, sebelah Barat berdampingan dengan Kecamatan Syamtalira Bayu dan sebelah Timur berdampingan dengan Kecamatan Tanah Luas. BPS Kecamatan Meurah Mulia (2003:1)

2. Kondisi Sosial Budaya Masyarakat

Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul, atau dengan istilah lain saling berinteraksi. Kesatuan hidup yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu dan terikat oleh suatu identitas bersama (Kontjaraningrat, 1990. dalam Effendy. N, 1998).

Soerdjono Soekanto (1992), menyebutkan bahwa masyarakat adalah menunjukkan pada bagian masyarakat yang bertempat tinggal di suatu wilayah (dalam arti geografi) dengan batas-batas tertentu, dimana yang menjadi dasarnya adalah interaksi yang lebih besar dari anggotanya, dibandingkan dengan penduduk di luar batas wilayahnya (Effendi. N, 1998).

Dari dua pendapat di atas, ciri-ciri masyarakat adalah interaksi di antara sesama anggota masyarakat, menempati wilayah dengan batas-batas tertentu, saling tergantung satu sama lain, memiliki adat istiadat tertentu, saling ketergantungan satu sama lain dan memiliki identitas bersama.

a. Sektor Agama

Dari sudut pengamatan sehari-hari masyarakat di Kecamatan Meurah Mulia secara komprehensif beragama Islam. Aktivitas

keagamaan terlihat dalam pelaksanaan ritual-ritual keagamaan dalam lini sektor baik secara individu maupun kolektif.

Ada fenomena yang atraktif dalam pelaksanaan peribadatan pada masyarakat Meurah Mulia adalah kaum laki-laki lebih aktif melaksanakan ritual keagamaan di mesjid-mesjid atau di surau-surau, seperti melaksanakan shalat berjamaah, dalail khairat, *meurukon*, dan lain sebagainya. Sementara kaum perempuan volume pelaksanaan ritual keagamaan lebih cenderung dilaksanakan di rumah masing-masing.

Hasil interview dengan beberapa orang *geuchik* dan tokoh di kecamatan Meurah Mulia mengatakan bahwa kaum ibu dan remaja putri di Kecamatan Meurah Mulia dalam hal pelaksanaan ibadah di mesjid atau di Surau tidak sering dilakukan kecuali pada malam-malam tertentu yang telah ditentukan oleh pemuka agama atau pada bulan-bulan tertentu.

3. Sektor Pendidikan

Pendidikan masyarakat di kecamatan Meurah Mulia sangat bervariasi dan pada umumnya mereka berpendidikan rendah. Minoritas dari mereka yang berpendidikan sarjana atau tamatan sekolah menengah pertama (SMP/MTs) dan Sekolah Menengah Atas (SMU/MA). Fenomena ini sangat dipandang patas mengingat daerah ini hanya terdapat satu SMU.

Fenomena latar belakang pendidikan di Kecamatan ini menjadikan suasana desa bernuansa primitif dan primodialisme sehingga sering terjadinya konflik internal di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Tidak sedikit dari konflik internal ini akan membawa efek negatif bagi kesangsungan hidup bermasyarakat.

4. Sektor Adat Budaya

Adat budaya merupakan dua kata yang terpisah, namun ada ahli mengatakan bahwa adat itu sama saja dengan budaya, keduanya lahir dari karsa masyarakat yang terjadi secara berulang-ulang.

Secara bahasa unsur kata adat itu diambil dari bahasa Arab, yaitu *'adah* yang berasal dari (masdar), yang artinya berulang-ulang. Istilah al-*'adah* adalah sebutan untuk sebuah perbuatan yang dilakukan secara berulang-ulang dalam kurun waktu relatif lama. Mustafa Ahmad Zarqa (1968:838). Sementara budaya diambil dari unsur kata Latin, unsur bahasa Inggris dan unsur Sangsekerta. *Culture* diambil dari unsur bahasa Inggris, *colere* diambil dari bahasa Latin, yang bermakna mengolah atau mengerjakan, sedangkan kata Buddhayah berasal dari bahasa Sangsekerta yang berarti akar. Ada juga kata "Buddhah" diberi makna, "budi dan daya atau daya dari budi", jadi dengan demikian budaya itu segala daya dari budi, yaitu lahir dari cipta, rasa dan karsa masyarakat (secara berulang-ulang). Ary H. Gunawan (2000:16)

Menurut Kuntowijoyo, Budaya adalah sebuah sistem yang mempunyai koherensi. Bentuk-bentuk simbolis yang berupa kata, benda, laku, sastra, lukisan, nyanyian, musik, kepercayaan mempunyai kaitan erat dengan konsep-konsep epistemologi dari sistem pengetahuan masyarakat. Sistem-simbol dan epistemologi juga tidak terpisahkan dari sistem sosial yang berupa stratifikasi, gaya hidup, sosialisasi, agama, mobilitas sosial dan seluruh perilaku sosial. Kuntowijoyo (1999:11). Jadi kebudayaan menunjukkan kepada berbagai aspek kehidupan, ia meliputi cara-cara berlaku, kepercayaan-kepercayaan, sikap-sikap, dan juga hasil dari kegiatan manusia yang tulus.

Dengan demikian adat atau budaya merupakan perlambang berbagai nilai dan konsep tentang kehidupan masyarakat yang sarat nilai perlu dikaji dan dilestarikan untuk generasi selanjutnya. Transmisi dan transformasi nilai-nilai adat-budaya itu sangat perlu, lebih-lebih pada zaman globalisasi seperti sekarang ini dimana setiap saat akan terjadi perubahan yang dapat mengancam nilai-nilai adat-budaya lokal.

Masyarakat Kecamatan Meurah Mulia dapat dikategorikan sebagai masyarakat yang memiliki dan mempraktekkan nilai adat

budaya secara turun temurun. Kecenderungan orientasi nilai adat budaya pada masyarakat ini dapat dipahami antara lain melalui gagasan-gagasan para warganya mengenai hubungan mereka dengan pekerjaan, hubungan dengan sesama, hubungan dengan alam, dan hubungan mereka dengan waktu.

5. Penerapan Hukum Adat Pada Lembaga Tuha Peut

a. Bentuk-Bentuk sengketa yang terjadi di Kec.Meurah Mulia

Pada point ini peneliti akan mengupas konflik yang terjadi pada lima Gampong sebagaimana, apa yang tertera pada Bab satu yang terdiri dari lima Gampong sebagaimana pada sample penelitian. Adapun Gampong Yang akan peneliti paparkan dimulai Gampong Menasah Manyang kec. Meurah Mulia.

Sengketa yang telah terjadi pada masyarakat ini adalah masalah Calon Geuchik sebagian besar masyarakat tidak menerima Geuchik lama, hanya 20% masyarakat yang menerima.pada sisi lain juga terdapat konflik pada masyarakat ini adalah ada salah seorang masyarakat yang berlatarbelakang pendidikan Pasantern Tradisional yang membawa aliran sesat yang namanya Tgk.Zarkasyi Ahmad.

Dari kedua konflik tersebut masyarakat merasa kurang dinamis sehingga sengketa tersebut perlu diselesaikan oleh aparatur Gampong.Hasil wawancara dengan Abdul Ghaffar.Drs, Sebagai Ketua Tuha Peut Gampong Menasah Manyang, Kec. Meurah Mulia(2007).

Berikutnya Gampong Baroh Kuta Batee kec. Meurah Mulia, konflik yang ada pada komunitas ini adalah khalwat, kemudian dalam pemberian batas kebun antara si A dengan si B, yang akhirnya tidak menerima pendapat antar keduanya, dan yang terakhir Calon Geuchik yang kontradiksi antara aparatur pemerintah dengan Masyarakat saling tuding menuding.Hasil wawancara dengan Tgk.Abdul Barri,S.Ag, Sebagai Wakil Ketua Tuha Peut Gampong Baroh Kuta Batee, Kec.Meurah Mulia(2007).

Selanjutnya Gampong Neuhén Teupén Kec. Meurah Mulia, konflik yang ada pada komunitas ini adalah Masalah Calon Geuchik pro dan kontra antar masyarakat, kemudian konflik dalam pemberian batas kebun antara si A dengan si B, yang akhirnya tidak menerima pendapat antar keduanya, dan yang terakhir pertikaian masalah dana konflik. Wawancara Tgk.M.Nur Sebagai Ketua Tuha Peut Gampong Neuhén Teupén Kec. Meurah Mulia (2007) Sedangkan Gampong Meria Blue, Gampong ini relatif lebih harmonis dimana eskalasi volume konflik lebih kecil, ini berdasarkan observasi dan wawancara langsung, hanya saja konflik antara warga masalah dana yang diterima dari pemerintah Daerah ataupun Pusat yang sering dipertanyakan oleh masyarakat umum, dimana masyarakat membutuhkan kejelasan dana seperti Dana PPG dan dana Konflik siapa saja yang berhak menerima. Idris Sebagai Ketua Tuha Peut Gampong Meria Blue (2007) Yang terakhir Gampong Paya Kambuk yang terkenal sebagai Centre of Excellence di Kec. Meurah Mulia dimana Gampong ini banyak terdapat pemuka Agama, pendidikan dan tokoh pemuda sehingga konflik antar warga sangat jarang terjadi. Tgk.Jafar sebagai Anggota Tuha Peut (2007)

b. Pola Penyelesaian Konflik

Sebagaimana telah peneliti uraikan berbagai bentuk konflik pada masing-masing Gampong di Kec. Meurah Mulia, namun pada point ini penulis perlu menjelaskan pola penyelesaian konflik menurut Gampong yang pertama penulis menguraikan pola yang dilakukan pada masyarakat Menasah Manyang dengan cara, menasihati bagi pelanggar baik secara personal maupun kolektif. Jika pola tersebut belum ada perubahan secara signifikan maka, langkah yang ditempuh menyerahkan pada tokoh Kecamatan.

Adapun pola penyelesaian sengketa di Gampong Baroh Kuta Batee, terdapat perbedaan dimana pola yang dilakukan dengan menyerahkan terlebih dahulu pelanggar adat dan aturan Gampong kepada kepala dusun, kemudian bila tidak terselesaikan, maka

kepala Dusun menyerahkan atau membawa pelaku pelanggar ke Menasah supaya kondisi lebih leluasa tanpa orang banyak yang menyaksikan, jika inipun belum tuntas, selanjutnya diserahkan kepada Tuha Peut untuk diselesaikan terhadap yang terakhir Tuha Peut membuat undangan rapat seluruh masyarakat untuk mencari solusi yang terbaik bagi pelanggar norma-norma masyarakat.

Adapun pola penyelesaian sengketa di Gampong Neuhen Teunpen, terdapat persamaan dengan Gampong Kuta Batee dimana pola yang dilakukan dengan menyerahkan terlebih dahulu pelanggar adat dan aturan Gampong kepada kepala dusun, kemudian bila tidak terselesaikan, maka kepala Dusun menyerahkan atau membawa pelaku pelanggar ke Menasah supaya kondisi lebih leluasa tanpa orang banyak yang menyaksikan, jika inipun belum tuntas, selanjutnya diserahkan kepada Tuha Peut untuk diselesaikan terhadap yang terakhir Tuha Peut membuat undangan rapat seluruh masyarakat untuk mencari solusi yang terbaik bagi pelanggar norma-norma masyarakat.

Sedangkan pola penyelesaian konflik pada masyarakat Meuria Bluek tidak ada perbedaan jauh dengan gampong-gampong lain yang ada di kec. Meurah Mulia dimana, pola penyelesaian dengan cara memanggil kepada pelanggar aturan secara personal sebanyak 3 kali, bila belum ada perubahan untuk selanjutnya dinasehati secara baik-baik oleh Tuha Peut.

Yang terakhir Gampong Paya Kambuk, pola penyelesaian konflik dengan cara mengundang seluruh aparat Gampong untuk mengadakan rapat dalam mencari solusi, dengan metode ini dianggap lebih praktis terkesan tidak berbelit.

c. Sangsi Adat.

Pada poin ini peneliti belum mendapatkan sangsi adat secara melembaga, yang mana kondisi dewasa ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman Tuha Peut dalam undang-Undang Gampong.

Diantara gampong yang dijadikan sample penelitian hanya satu Gampong yaitu Baroh kuta Batee ysng baru selesai pembuatan rancangan Qanun Gampong dan itupun belum dapat disosialisasikan secara menyeluruh kepada masyarakat. Kondisi tersebut akibat konflik Aceh yang berkepanjangan sehingga merasa sukar untuk membuat Undang-Undang.

Pasca MOU Helsingki Aceh mulai bangkit untuk menemukan titah adat yang terhilang selama konflik, yang mana hari ini pemerintah Daerah mulai menggalakkan melalui UUP Aceh untuk masing-masing Gampong untuk menghidupkan kembali adat yang telah ada pada masyarakat.

Fenomena yang terjadi sekarang ini pada masyarakat kita adalah kebingungan dalam mengambil sebuah sangsi adat setiap ada konflik, dan ini terkesan baru bagi mereka, apalagi masyarakat kita diperparah dengan lemahnya sumber daya masyarakat, sehingga sangat wajar bila Qanun Gampong belum terlaksana sebagaimana mestinya.

Selama ini sangsi adat yang dilaksanakan oleh masing-masing Gampong sesuai dengan kesepakatan suara terbanyak dari masyarakat sebut saja pada masyarakat Baroh Kuta Batee, jika ada masyarakat yang melanggar aturan setelah dilakukan proses penyelesaian belum ada perubahan kearah yang diinginkan, maka sangksi adat bagi pelaku, bila ada pesta perkawinan anaknya atau sanak saudaranya maka, masyarakat yang ada dikampung tersebut tidak akan menghadiri serta selalu mendapatkan diskriminasi dari masyarakat sampai orang tersebut berubah. Yahdil Ummah, A.Md, Anggota Tuha Peut Gampong Baroh Kuta Batee (2010)

Pada Gampong Neuhén selama ini sangsi adat yang dilaksanakan oleh masing-masing Gampong sesuai dengan kesepakatan suara terbanyak dari masyarakat sebut saja pada masyarakat Baroh Kuta Batee, jika ada masyarakat yang melanggar aturan setelah dilakukan proses penyelesaian belum ada perubahan kearah yang diinginkan, maka sangksi adat bagi pelaku, bila ada

pesta perkawinan anaknya atau sanak saudaranya maka, masyarakat yang ada dikampung tersebut tidak akan menghadiri serta selalu mendapatkan diskriminasi dari masyarakat sampai orang tersebut berubah.

Sedangkan sangsi adat pada masyarakat Menasah Manyang jika pelanggar telah menjalani proses penyelesaian secara bertahap sesuai dengan peraturan adat Gampong, namun belum ada perubahan, maka sangsinya diserahkan kepada MPU kecamatan sebagai sangsi membawa nasi pulut satu tabak beserta pisang Ayam satu sisir dan ramuan pesijuek.

Proses sangsi adat pada masyarakat Gampong Paya Kambuk mereka terlebih dahulu melakukakan musyawarah bersama, kemudian bila belum menemukan titik temu, maka sangsi yang diberikan bagi pelanggar yaitu membeli alat-alat kebutuhan yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat seperti semen atou uang yang setimpal.Tgk .Mukti sebagai tokoh Pemuda Gampong Paya Kambuk(2010)

Yang terakhir masyarakat Meuria Blue, sangsi adat tidak jauh berbeda dengan gampong yang ada pada masyarakat Meurah Mulia, yang mana setiap ada persoalan selalu sangsi adat diserahkan pada masyarakat umum, karena selama ini belum ada patron yang jelas. Muhammad sebagai Anggota Tuha Peut Gampong Meuria Blue (2010)

6. Fungsi dan Peranan Tuha Peut dalam Masyarakat Meurah Mulia.

Fungsi Tuha Peut dalam masyarakat Meurah Mulia adalah sebagai jantung pengembangan masyarakat Gampong, dimana keberadaannya dapat memberikan sebuah inspirasi,inovasi,dan mediasi dalam mencerdaskan masyarakat Gampong.

Maju mundurnya gampong sangat mempengaruhi dari aktifnya lembaga Tuha Peut,Gampong Menasah Manyang, dewasa ini banyak kegiatan kemasyarakatan yang telah dilakukan diantaranya.

1. Pemilihan Geuchik Gampong
2. Penetapan masyarakat yang berhak menerima zakat dan yang berhak memberi zakat.
3. memberikan peringatan bagi tamu khususnya laki-laki yang bertamu pada larut malam pada rumah perempuan yang bukan muhrim.
4. Pengontrol kinerja Geuchik
5. Pembuatan Undang-Undang gampong.

Disamping tugas pokok tersebut, peranan *Tuha Peut* juga sebagai koordinasi berbagai bentuk serimonial baik adat maupun ritual keagamaan.

Dalam masyarakat Aceh khususnya Meurah Mulia banyak terdapat serimonial adapt yang secara turun menurun dilakukan oleh nenek moyang mereka sampai sekarang seperti:

1. Kenduri Blang artinya kenduri ini biasanya dilakukan pada saat masyarakat akan turun kesawah, keistimewaan kenduri ini sebagai alat untuk memanjatkan doa kepada Allah supaya dalam bersawah nanti mendapatkan hasil panen yang memuaskan.
2. Kenduri Tulak Bala artinya kenduri ini dilakukan setelah menanam padi sekitar usia padi 2 bulan, keistimewaannya menjauhkan dari hama penyakit padi seperti tikus, wereng/keriput dan lain-lain.
3. kenduri melinum artinya kenduri ini biasanya dilakukan pada saat padi hampir panen, pada saat kenduri ini masyarakat melakukan masak kanji bersama-sama dalam kualiti besar.

Jika kita melihat pada sisi serimonial keagamaan masyarakat menasah Manyang banyak terdapat kegiatan rutinitas yang lazim dilaksanakan seperti

1. mengadakan pengajian mingguan, khusus kaum laki-laki dalam katagori usia tua dan muda di menasah.
2. Melaksanakan shalat lima waktu baik, berjamaah maupun individual

3. mengadakan berbagai ceramah pada bulan-bulan tertentu.
4. mengadakan pengajian perempuan setiap hari jumat
Eksistensi Tuha Peut pada gampong Baroh kuta bate mempunyai tugas yang signifikan dalam menjalankan roda pemerintahan gampong. diantaranya

1. pengaktifan aparatur gampong, seperti Kaur Pembangunan, Kaur kesejahteraan Masyarakat
2. merancang Undang-Undang Tuha Peut
3. memberi saran yang konstruktif kepada aparatur gampong.

disamping itu pula Tuha Peut memiliki peranan yang sangat besar, dimana peranannya sebagai Centre of Share Idea dalam segala dimensi atau program yang akan dijalankan kedepan, baik menyangkut pembangunan Irigasi maupun Menasah. Abdul Barri, (2010)

Pada gampong Neuhen mempunyai tugas yang signifikan dalam menjalankan roda pemerintahan gampong. diantaranya

1. pengaktifan aparatur gampong, seperti Kaur Pembangunan, Kaur kesejahteraan Masyarakat
2. merancang Undang-Undang Tuha Peut
3. memberi saran yang konstruktif kepada aparatur gampong.

disamping itu pula Tuha Peut memiliki peranan yang sangat besar, di mana peranannya sebagai Centre of Share Idea dalam segala dimensi atau program yang akan dijalankan ke depan, baik menyangkut pembangunan Irigasi. M.Nur (2010)

Sedangkan pada masyarakat Gampong Meuria Blue, Fungsi Tuha Peut tidak ada perbedaan dengan gampong-gampong yang berada di kec.Meurah Mulia dan begitupun peranannya yang telah menjadi rutinitas masyarakat, diantaranya.

1. menjaga ketertiban masyarakat dalam beraktifitas sehari-hari baik, berkenaan dalam segala dimensi.
2. mengontrol segala bentuk pembagunan gampong yang dilaksanakan oleh Geuchik.

3. mengadakan musyawarah pemilihan Geuchik serta mengontrol kinerja aparatur Gampong di samping tugas utama dalam masyarakat Aceh khususnya Meurah Mulia banyak terdapat serimonial adat yang secara turun menurun dilakukan oleh nenek moyang mereka sampai sekarang seperti:

1. Kenduri Blang artinya kenduri ini biasanya dilakukan pada saat masyarakat akan turun kesawah, keistimewaan kenduri ini sebagai alat untuk memanjatkan doa kepada Allah supaya dalam bersawah nanti mendapatkan hasil panen yang memuaskan.
2. Kenduri Tulak Bala artinya kenduri ini dilakukan setelah menanam padi sekitar usia padi 2 bulan, keistimewaannya menjauhkan dari hama penyakit padi seperti tikus, wereng/keriput dan lain-lain.
3. kenduri melinum artinya kenduri ini biasanya dilakukan pada saat padi hampir panen, pada saat kenduri ini masyarakat melakukan masak kanji bersama-sama dalam kualiti besar.

ANALISIS

Urgensitas *Tuha Peut* gampong memiliki peran penting dalam masyarakat Aceh secara umum, secara struktural mereka sangat bervariasi secara kuantitatif. Sisi jumlah yang *tuha peut* sangat ditentukan oleh banyaknya jumlah populasi masyarakat di suatu gampong. Menurut peneliti masih banyak hal yang perlu diperhatikan dari perspektif intensitas keaktifan *tuha peut*. Jika kita observasi lebih intens tentang keterlibatan *tuha peut* di gampong masih banyak fungsi yang belum terlaksana secara sempurna, hal tersebut dapat kita lihat fungsinya hanya pada sengketa keluarga, tanah. Akan tetapi mereka belum mampu merancang qanun gampong secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Pasca MOU Helsinki Aceh mulai bangkit untuk menemukan titah adat yang terhilang selama konflik, yang mana hari ini pemerintah Daerah mulai menggalakkan melalui UUP Aceh untuk masing-masing Gampong untuk menghidupkan kembali adat yang telah ada pada masyarakat Aceh.

Eksistensi dan fungsionaris Tuha Peut di Kecamatan Meurah Mulia mendapatkan peranan yang sangat besar, di mana peranannya sebagai *Centre of Idea* dalam segala dimensi yang akan dijalankan masyarakat, baik menyangkut pembangunan gampong, perselisihan antar warga, penguatan adat gampong, qanun gampong serta administrasi lainnya dalam upaya memakmurkan masyarakat gampong dari gangguan internal maupun eksternal. Proses sangsi adat pada masyarakat Meurah Mulia memiliki variatif solusi dalam menghadapi masalah gampong masing-masing, ada yang melakukan musyawarah bersama, kemudian bila belum menemukan titik temu, maka sangsi yang diberikan bagi pelanggar yaitu membeli alat-alat kebutuhan yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat seperti semen atau uang yang setimpal. sangsi tersebut merupakan inisiatif Tuha Peut sebagai efek jera bagi pelanggar hukum adat yang ada di Kecamatan Meurah Mulia. Oleh karena itu keberadaan Tuha Peut sangat penting untuk kita lestarikan dan jadikan lembaga tersebut menjadi roh kekuatan gampong.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Suseta. *Jalan Pengadilan Dalam Kasus Lingkungan*. Jakarta: ICEL, 1995.
- Basyari, Syukri. JKMA, www.KpSHK.com.
- Djuned, T. dalam Sulaiman Tripa, "Pembagian peran lewat lembaga adat gampong." www.acehinstitute@yahoo.org.
- G, Goodpaster. *Negosiasi Dan Mediasi: Sebuah Pedoman Penyelesaian Sengketa Melalui ADR*. Jakarta: Elips Project, 1993.
- G.W, Cormick. "Mediating Environment Controversies: Perspective And First Experience", *Earth Law Journal*, 1976.
- Hadimulyo. *Mempertimbangkan ADR, Kajian Alternatif Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan*. Jakarta: Elsam, 1997.
- Hurgronje, Snouck C. *Aceh, Rakyat dan Adat Istiadat*, jil. 1 (terj.), Sutan Maimoen. Jakarta: Inis, 1997.
- K, Hardjosoemantri. *Hukum Tata Lingkungan*, edisi 6. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1996.
- Khaldun, Ibn. *Muqaddimah*, (2000); dalam Syahrizal, "Pola Penyelesaian Konflik Dalam Tradisi Masyarakat Gampong Aceh"; *Jurnal Seumike*, edisi. 2, 2006.
- Koesno, M. *Catatan-Catatan Terhadap Hukum Adat Dewasa Ini*, cet. 1. Surabaya: Airlangga University Press, 1979.
- Kurdi, Muliadi, dkk (ed.). *Kelembagaan Adat Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam*, cet. 1. Medan: Ar-Raniry Press, 2005.
- . *Menelusuri Karakteristik Masyarakat Desa; Pendekatan Sosiologi Budaya Dalam Masyarakat*, cet. 1. Banda Aceh: Yayasan PeNA, 2005.
- Lampiran I Keputusan Gubernur Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam No. 140/183/2006 yang ditetapkan tanggal 12 Juni 2006.
- Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: RosdaKarya, 1997.

- Rinaldi, Yanis. "Alternative Dispute Resolution Sebagai Model Penyelesaian Sengketa Lingkungan," *Jurnal Rona Lingkungan Hidup* Vol. 2, No. 1 Maret 2003, Bapedalda Provinsi NAD.
- . *Penyelesaian Sengketa Lingkungan Hidup Mengenai Tuntutan Ganti Kerugian Akibat Pencemaran Di Wilayah Zona Industri Lhokseumawe*, (Thesis, tidak dipublikasikan), Program Pascasarjana UGM, 1998.
- S, Golberg. *Dispute Resolution*. Boston : Little Brown, 1985.
- Santosa, M.A. *Mekanisme Penyelesaian Sengketa Lingkungan Secara Kooperatif*. Jakarta: Hasil Penelitian ICEL, 1994.
- Syahrizal. "Pola Penyelesaian Konflik Dalam Tradisi Masyarakat Gampong Aceh"; *Jurnal Seumike*, edisi. 2, 2006.
- W, Moore, C. *Designing Dispute Resolution System*. Boulder, SDR Assciates, USA: Colorado, 1995.
- Zainuddin. *Tarich Atjeh dan Nusantara*, cet. 1. Medan: Pustaka Iskandar Muda, 1961.
- BPS Kecamatan Meurah Mulia dalam angka 2003.
- Gunawan, Ary H. *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta : Reneka Cipta, 2000.
- Kuntowijoyo. *Budaya & Masyarakat*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 1999.
- Kurdi, Muliadi. *Menelusuri Karakteristik Masyarakat Desa; Kajian Sosiologi Budaya dalam Masyarakat Atjeh*, Cet. 1. Banda Aceh: Yayasan PeNA, 2005.
- Syalabi, Muhammad Mustafa. *Ushul al-Fiqh al-Islami*. Beirut: dar al-Nahdhah al-'Arabiyah, 1986.
- Ulasan berdasarkan Qanun Provinsi NAD Nomor 5 Tahun 2003 tentang pemerintahan *gampong*.
- Zarqa', Mustafa Ahmad. *Al-Madkhal al-Fiqh al'Amiy*, Cet. 9, Juz. 1. Beirut: Dar al-Fikr, 1968.

STRATEGI KOMUNIKASI UNIT BINMAS POLSEK SAMALANGA DALAM PENYULUHAN NARKOBA KEPADA MASYARAKAT DI KECAMATAN SAMALANGA

Edy Saputra

edisaputra23@gmail.com

Kepolisian Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan mengenai narkoba kepada masyarakat di kecamatan Samalanga. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan diskriptif. Metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang menggunakan data primer, data sekunder serta dibantu oleh informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi unit Binmas Polsek Samalanga dalam penyuluhan narkoba adalah melakukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Efektivitas strategi komunikasi unit Binmas Polsek Samalanga dalam penyuluhan narkoba menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan belum sepenuhnya tercapai sesuai rencana karena berbagai hambatan dan upaya untuk mengatasi hambatan strategi komunikasi tersebut adalah dengan mengevaluasi mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi, sehingga

strategi komunikasi penyuluhan narkoba kepada masyarakat bisa terlaksana sesuai dengan harapan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Penyuluhan narkoba, Masyarakat

PENDAHULUAN

Narkoba menjadi salah satu permasalahan besar yang terjadi di dunia, tidak hanya di Indonesia, negara-negara lain juga merasakan hal yang sama, bahkan sudah merambah ke pelosok-pelosok desa. Kasus narkoba tidak pernah sepi dari pemberitaan di media massa, baik cetak atau elektronik, hal ini telah banyak menjadi topik pembicaraan dalam forum-forum informal maupun menjadi topik dalam pembicaraan formal dan ilmiah, tidak hanya dikalangan orang dewasa dan anak-anak, remaja juga paling rentan terkena narkoba.

Narkoba tidak hanya membuat seseorang merasa kecanduan, namun dapat mengakibatkan meninggalnya seseorang dengan cepat dan tidak wajar. Tatkala seseorang dalam pengaruh karena memakai narkotika, maka ia akan merasa nyaman, aman, kuat, puas, merasa seolah-olah mampu melakukan tugas-tugas besar. Akan tetapi sesudah habis obat bius tersebut, dia akan menjadi lemas, tidak bergairah, sangat kecewa dan putus harapan. Tanpa bahan narkotik, hidup terasa gelap, tidak lengkap serasa dunia tenggelam. Baru apabila dia mendapat *supply* bahan narkotika lagi, dia merasa “hidup kembali”, dan merasa jadi makhluk yang paling bahagia serta paling tinggi derajat.¹

Penyebab dan motivasi mengapa seseorang mengkonsumsi narkoba dapat bermacam-macam, diantaranya adalah sebagai tindakan pemberontakan karena adanya penolakan oleh lingkungan seperti adanya perasaan minder, latar belakang dari keluarga yang

¹ Kartini Kartono, Patologi Sosial 3, *Gangguan-gangguan Kejiwaan*, Cet. IV, Edisi II (Jakarta : Raja Grafindo, 2003) h. 65 - 66

broken home, patah hati, ataupun sebagai tindakan untuk mengurangi stres dan depresi, bisa juga hanya sekedar mencoba untuk mendapatkan perasaan nyaman dan menyenangkan, sebagai tindakan supaya diterima dalam lingkungan tertentu dan adanya gengsi atau tindakan untuk lari dari realita kehidupan atau hal-hal lain. Disamping itu, alasan utama seseorang mencoba narkoba adalah karena rasa ingin tahu yang lebih besar terhadap efek yang menyenangkan dari narkoba serta keinginan untuk mengikuti bujukan orang lain dari lingkungan pergaulan mereka.²

Penyalahgunaan narkoba sudah disebut sebagai kejahatan terhadap kemanusiaan. Narkotika tentunya menjadi musuh bangsa kita dalam hal mencetak generasi penerus bangsa yang sehat dan terbebas dari narkoba, dalam hal ini, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyatakan bahwa pada prinsipnya agama Islam melarang umatnya memasukkan sesuatu benda atau bahan yang merugikan kesehatan jasmani karena narkoba dapat menimbulkan pengaruh tertentu bagi mereka yang menggunakannya dengan cara memasukan obat tersebut ke dalam tubuhnya, hilangnya rasa sakit rangsangan, semangat dan halusinasi.

Dengan timbulnya efek halusinasi inilah yang menyebabkan kelompok masyarakat terutama dikalangan remaja ingin menggunakan narkoba meskipun tidak menderita apa-apa. Hal inilah yang mengakibatkan terjadinya penyalahgunaan narkoba. Sangat berbahaya bila menggunakan narkoba bila tidak sesuai dengan peraturan karena akan menimbulkan ketergantungan (ketagihan).³

Penyalahgunaan narkotika telah menyusup di dalam lingkungan pendidikan, mulai dari kampus, SMU, sampai kepada murid-murid sekolah dasar, bahkan dikalangan artis, eksekutif, dan pengusaha. Penyalahgunaan narkoba dapat merusak perkembangan

²Addina Amira Putri, Narkoba dan Pencegahannya, Artikel online, diakses pada hari Sabtu tanggal 12 Maret 2022

³Kusno Adi, *Diversi sebagai upaya alternatif penanggulangan tindak pidana narkotika oleh anak*, UMM press, (Malang, 2009), h.3

jiwa generasi muda baik bagi si pengguna maupun orang lain. Narkoba sebagai zat yang sangat diperlukan untuk pengobatan dalam pelayanan kesehatan sering kali disalahgunakan tidak sesuai dengan standar pengobatan, dan jika disertai peredaran narkoba secara gelap akan menimbulkan akibat yang sangat merugikan perorangan ataupun masyarakat, khususnya generasi muda bahkan dapat menimbulkan bahaya yang sangat besar bagi sendi-sendi kehidupan dan nilai-nilai budaya serta karakter bangsa yang pada akhirnya akan melemahkan ketahanan nasional.⁴

Penyalahgunaan narkoba merupakan suatu pola penggunaan yang bersifat patologik dan harus menjadi perhatian segenap pihak. Meskipun sudah banyak mendapatkan informasi yang menyatakan bahwa dampak negatif yang ditimbulkan oleh penyalahgunaan dalam mengkonsumsi narkoba, hal ini belum memberi angka yang cukup signifikan dalam mengatasi tingkat penyalahgunaan narkoba.⁵

Begitu halnya yang terjadi di Kecamatan Samalanga, walaupun Samalanga di kenal dengan kota santri, namun penyalahgunaan narkoba semakin hari semakin bertambah, karena peredaran narkoba sudah menjerumus ke semua usia, bahkan anak-anak pun sudah di sentuh dan sudah mulai banyak yang menggunakan narkoba.

Untuk mengatasi permasalahan narkoba, aparat pemerintah yaitu pihak Kepolisian untuk mengatasi permasalahan narkoba, Polsek Samalanga mengedepankan fungsi Unit Binmas (Binaan Masyarakat) telah banyak melakukan berbagai tindakan. Salah satu upaya untuk mengatasi masalah narkoba yaitu dengan melakukan penyuluhan-penyuluhan kepada masyarakat dan mengatur strategi-strategi komunikasi yang jitu agar pesan yang disampaikan dalam penyuluhan dapat tersampaikan kepada masyarakat.

⁴Mardani. H, *Penyalahgunaan Narkoba Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Pidana Nasional*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2008)

⁵Badan Narkotika Nasional RI, *Advokasi Penyalagunaan Narkoba*, 2009.

Strategi komunikasi yang dimaksud adalah semua yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan pengirim pesan, dan penerimanya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.⁶

Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya.⁷Oleh karena itu peran Unit Binmas Polsek Samalanga sangat berpengaruh dalam melaksanakan berbagai penyuluhan mengenai narkoba di Kecamatan Samalanga dan dalam hal ini dibantu oleh masyarakat sekitar baik dari tokoh adat dan tokoh agama sehingga akan tumbuh rasa keamanan, kenyamanan dan ketertiban dalam masyarakat Samalanga.

Fungsi Binmas sendiri adalah sebagai alat pengendali, penggerak dan pemberdaya masyarakat dalam mewujudkan keamanan, ketertiban dan ketentraman warga masyarakat, dan selanjutnya mendorong masyarakat untuk sadar dan taat terhadap peraturan perundang-undangan serta norma-norma sosial yang hidup di masyarakat dan pada akhirnya masyarakat berpartisipasi aktif dalam pengelolaan kamtibmas.⁸

Sedangkan penyuluhan narkoba adalah serangkaian upaya yang dilakukan untuk merubah perilaku manusia yang dilakukan melalui pendekatan edukatif, yaitu kegiatan yang dilakukan secara sistematis, terencana dan terarah dengan peran serta aktif individu maupun kelompok masyarakat dalam memberikan edukasi tentang narkoba untuk pemecahan masalah (*problem solving*) dalam

⁶MuhammadArni, *KomunikasiOrganisasi*, (Jakarta: BumiAksara, 2004) , h. 65

⁷Yusuf Abidin, *Manajemen Komunikasi (Folosophi, Konsep, dan Aplikasi)* (Bandung: Pustaka Setia 2015) , h. 155.

⁸<https://tribrataneews.kepri.polri.go.id>, di akses tanggal 14 Februari 2022

masyarakat dengan memperhitungkan faktor sosial ekonomi-budaya setempat.⁹

Intinya mengarah pada aktivitas untuk mengajarkan sesuatu hal, mempresentasikan, dan mendorong, tapi tidak melakukan pengaturan, mengajak orang untuk mengerti, sadar dan berkenan melaksanakan gagasan-gagasan baru sehingga apa yang telah direncanakan akan terwujud.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan diskriptif yaitu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisa fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok.¹⁰

Adapun lokasi penelitian yang akan diteliti adalah di Kecamatan Samalanga. Alasan peneliti memilih Kecamatan Samalanga adalah karena rumah peneliti berada di Kecamatan Samalanga sehingga mudah bagi peneliti untuk observasi, wawancara dan dokumentasi.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara yaitu suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian.¹¹ Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara kepada Kapolsek Samalanga, Kanit Binmas,

⁹Suhardjo, *Berbagai Cara Pendidikan Gizi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 98

¹⁰Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan, Cet.2*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), h. 60.

¹¹Imam Gunawan, *Metode penelitian Kualitatif Teori dan praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 160

Bhabinkamtibmas, tokoh agama, tokoh pemuda dan tokoh masyarakat, melakukan observasi yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi unit Binmas Polsek Samalanga dalam memberikan penyuluhan narkoba di Kecamatan Samalanga dan melakukan dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan lain sebagainya.¹²

Adapun Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer peneliti kumpulkan dari informan penelitian yaitu tokoh agama, tokoh adat, dan masyarakat. Sementara data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.¹³ Data sekunder dalam penelitian ini berupa arsip, dokumentasi, Qanun dan regulasi tentang narkoba.

Untuk mengetahui berbagai informasi dibutuhkan narasumber yang dapat dipercaya, dalam hal ini narasumbernya adalah beberapa informan yaitu orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti dan juga merupakan orang yang bisa dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian.¹⁴

Dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan beberapa komponen yaitu, rreduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dirumuskan sebelumnya, akan tetapi ada kemungkinan tidak dapat menjawab masalah tersebut karena rumusan masalah dalam penelitian masih bersifat

¹²Suharsimi Arikunto, *Prosuder Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2006), h. 231

¹³BurhanBungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta:Kencana, 2009), h . 122

¹⁴LexyJ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif...*, h. 97

sementara dan akan berkembang nantinya setelah peneliti berada di lapangan sehingga setelah diadakan penelitian dapat menjadi jelas.¹⁵

PEMBAHASAN

Adapun hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti adalah:

1. Strategi komunikasi unit Binmas Polsek Samalanga dengan melakukan komunikasi persuasif, membuat spanduk atau selebaran tentang narkoba, menyambangi masyarakat secara *doortodoor*, melakukan pendekatan, bekerjasama dengan kepala desa, mengumpulkan masyarakat di tempat yang telah ditentukan dan memberikan penyuluhan narkoba melalui komunikasi yang jelas sehingga masyarakat memahami benar apa dampak narkoba dan bahaya narkoba.
2. Efektifitas strategi komunikasi unit Binmas Polsek Samalanga dalam penyuluhan narkoba kepada masyarakat di kecamatan Samalanga belum sepenuhnya maksimal karena penyuluhan yang dilakukan tidak berkelanjutan, hanya dilakukan pada tahun 2016 saja, selebihnya tidak dilakukan lagi penyuluhan sehingga tidak efektif seperti yang diharapkan.
3. Upaya mengatasi hambatan strategi komunikasi unit Binmas Polsek Samalanga adalah dengan menganalisis dan mengevaluasi seluruh rangkaian kegiatan penyuluhan narkoba mulai dari perencanaan, pengorganisasian serta pelaksanaannya yang dilaksanakan oleh unit Binmas Polsek Samalanga setelah mendapat laporan hasil kegiatan dengan laporan tertulis dan dokumentasi dan unit Binmas Polsek Samalanga sebagai penyelenggara kegiatan penyuluhan harus menguasai materi-materi dalam penyuluhan dan memiliki wawasan yang luas tentang narkoba, menggunakan bahasa

¹⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 337

yang tidak sulit dan mudah untuk dipahami oleh masyarakat, dan menyediakan sarana dan prasarana yang memadai sehingga proses penyuluhan berjalan dengan baik dan lancar dan juga kegiatan penyuluhan narkoba sangat efektif dilaksanakan dua atau tiga kali dalam setahun, sehingga dalam penyuluhan dapat maksimal seperti yang di harapkan, pelaksanaan boleh dilakukan satu titik saja, bisa juga turun ke desa-desa dengan *door to door system* yang di laksanakan oleh Bhabinkatibmas, Menjadwalkan dengan rutin dalam hal penyuluhan narkoba, menghadirkan media sosial selanjutnya bisa di masukan ke media elektoronik, youtube, facebook, seiring teknologi komunikasi yang semakin canggih, sehingga seluruh elemen masyarakat bisa mendapat pemahaman tentang narkoba di tingkat Kecamatan dan masyarakat luas.

KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu :

1. Strategi komunikasi unit Binmas Polsek Samalanga dalam penyuluhan narkoba di kecamatan Samalanga telah dilakukan melalui beberapa tahap yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi untuk mencapai suatu maksud yang di inginkan.
2. Efektivitas strategi komunikasi unit Binmas Polsek Samalanga menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan penyuluhan belum sepenuhnya tercapai sesuai rencana. Hal tersebut dikarenakan beberapa hal, diantaranya : kurangnya spanduk-spanduk yang disebar di Kecamatan Samalanga, Penempatan lokasi tidak hanya dilakukan di satu tempat saja yaitu Polsek Samalanga, namun sebaiknya dilakukan di desa-desa dan sekolah-sekolah, kurangnya personil Polsek Samalanga dan pelaksanaannya tidak berkelanjutan, alhasil

masyarakat lama kelamaan kurang peduli tentang dampak dan bahaya narkoba.

3. Upaya dalam mengatasi hambatan-hambatan strategi komunikasi Unit Binmas Polsek Samalanga dalam penyuluhan narkoba kepada masyarakat adalah mengevaluasi keseluruhan dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi penyuluhan narkoba. Dalam hal ini termasuk menyebarkan spanduk sebanyak-banyaknya ke seluruh wilayah kecamatan Samalanga, penyuluhan dilakukan di desa dan sekolah minimal dua atau tiga kali dan yang terakhir melakukan koordinasi dengan dinas terkait yakni BNN Kabupaten bahwa pihak dinas tersebut juga ikut dilibatkan dalam kegiatan penyuluhan narkoba sehingga kegiatan penyuluhan berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Kartini Kartono, Patologi Sosial 3, *Gangguan-gangguan Kejiwaan*, Cet. IV, Edisi II (Jakarta : Raja Grafindo, 2003)
- Addina Amira Putri, Narkoba dan Pencegahannya, Artikel online, diakses pada hari Sabtu tanggal 12 Maret 2022
- Kusno Adi, *Diversi sebagai upaya alternatif penanggulangan tindak pidana narkotika oleh anak*, UMM press, (Malang, 2009)
- Mardani. H, *Penyalahgunaan Narkoba Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Pidana Nasional*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2008)
- Badan Narkotika Nasional RI, *Advokasi Penyalahgunaan Narkoba*, 2009.
- Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004)
- Yusuf Abidin, *Manajemen Komunikasi (Folosofi, Konsep, dan Aplikasi)* (Bandung: Pustaka Setia 2015)
- <https://tribratanews.kepri.polri.go.id> ,di akses tanggal 14 Februari 2022
- Suhardjo, *Berbagai Cara Pendidikan Gizi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003)
- Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, Cet.2, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006)
- Imam Gunawan, *Metode penelitian Kualitatif Teori dan praktik*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2013)
- Suharsimi Arikunto, *Prosuder Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya,2017)
- Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008)
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009)

Strategi Komunikasi Unit Binmas Polsek Samalanga dalam Penyuluhan Narkoba
Kepada Masyarakat di Kecamatan Samalanga

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,
Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013)

KOMUNIKASI EFEKTIF DALAM MENGGUNAKAN JARINGAN SOSIAL HAND PHONE

Suknah

suknah15@gmail.com

Universitas Gajah Putih

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Komunikasi efektif dalam menggunakan jaringan sosial hand phone (Hp). Untuk mengetahui hambatan komunikasi efektif dalam menggunakan hand phone. Penelitian yang digunakan penulis bersifat diskriptif dengan pendekatan kualitatif. "Diskriptif adalah penelitian yang terdapat fenomena atau populasi tertentu untuk menjelaskan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena atau masalah yang ada. Pada umumnya penelitian diskriptif tidak menggunakan hipotesis". Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan tentang komunikasi efektif dalam menggunakan jaringan sosial hand phone (HP) studi kasus hambatan komunikasi efektif dalam menggunakan jaringan sosial hand phone di kampung Lumut, Linge, Ise-Ise Kabupaten Aceh Tengah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hambatan komunikasi dalam menggunakan jaringan sosial hand phone di kampung Lumut, Linge, Ise-Ise Kecamatan Linge Kabupaten Aceh Tengah, sering kali

terjadi informasi yang seharusnya sampai kepada masyarakat setempat, sehingga terputus di tengah jalan akibat tidak efektifnya suatu komunikasi, dan hal ini terjadi disebabkan akibat masih terbatasnya jaringan seluler. Sehingga hal ini sangatlah berpengaruh terhadap perkembangan daerah, baik dari prekonomian dan budaya.

Kata Kunci : Komunikasi Efektif, Jaringan Sosial, Hand Phone

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan instrumen dasar dari interaksi manusia yang memungkinkan seseorang untuk melakukan kontak dengan orang lain karena komunikasi dilakukan oleh seseorang setiap hari baik disadari maupun tidak. Di dunia enternet, terutama dalam pengaksesan informasi ataupun berita seorang komunikator juga harus mengadakan suatu komunikasi agar informasi yang ada dapat tersampaikan dengan baik. Oleh karena itu, komunikasi adalah faktor yang paling penting di gunakan untuk menetapkan hubungan antara komunikator dengan komunikan. Namun, seringkali terjadi informasi yang seharusnya sampai kepada orang yang membutuhkan, ternyata terputus di tengah jalan akibat tidak efektifnya suatu komunikasi, dan hal ini terjadi disebabkan akibat masih terbatasnya jaringan seluler di kampung Lumut, Linge dan Ise-ise Kecamatan Linge Kabupaten aceh Tengah.

Hal-hal tersebut tidak hanya berasal dari komutikator saja, tetapi juga dapat terjadi oleh komunikannya juga dan hal ini bisa mengakibatkan Komunikasi yang tidak efektif juga dapat menyebabkan kegagalan pada proses komunikasi itu sendiri. Kegagalan itu dapat terjadi pada saat pengiriman pesan, penerimaan pesan, serta pada kejelasan pesan itu sendiri (Edelman, 2002). Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana

komunikasi efektif dalam menggunakan jaringan sosial di kampung Lumut, Linge dan Ise-ise Kecamatan Linge Kabupaten Aceh Tengah? Dan Apakah hambatan komunikasi efektif dalam menggunakan jaringan sosial hand phone (HP) di Kampung Lumut, Linge dan Ise-Ise Kecamatan Linge Kabupaten Aceh Tengah.

KAJIAN PUSTAKA

A. Komunikasi

Komunikasi atau communication berasal dari kata latin yaitu communicates yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya communis yang bermakna umum atau bersama-sama. Dengan demikian komunikasi menurut lexicographer (ahli kamus bahasa). menunjuk suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Menurut Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996:4), komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran. Komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk melangsungkan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Mulai komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia bisa dipastikan akan tersesat, karena ia tidak sempat menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menapsirkan situasi apapun yang ia hadapi.

pula yang memungkinkannya mempelajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengat dalam komunikasi, seseorang tidak akan tau minum, berbicara sebagai manusia dan memperlakukan manusia yang lain secara beradap, karena cara-cara berperilaku tersebut harus dipelajari lewat pengasuhan keluarga

dan pergaulan dengan orang lain yang intinya adalah komunikasi. Implisit dalam fungsi komunikasi sosial ini adalah komunikasi cultural. Para ilmuwan sosial mengakui bahwa komunikasi itu mempunyai timbal balik, seperti dua sisi dari satu mata uang. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan pada gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan dan mewariskan budaya. Benar kata Edward T. Hall bahwa "budaya adalah komunikasi" dan "komunikasi adalah budaya." Pada satu sisi, komunikasi merupakan mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya masyarakat, baik secara horizontal, dari satu masyarakat ke masyarakat lainnya, ataupun secara vertikal, dari suatu generasi kepada generasi berikutnya. Pada sisi lain, budaya menetapkan norma-norma (komunikasi) yang dianggap sesuai untuk suatu kelompok. Komunikasi adalah proses berbagai makna mulai perilaku verbal dan nonverbal. Sebagai komunikasi bisa disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih. Menurut Burgoon et al tidak dikurangi bahwa orang berpikir, berbicara dengan dirinya sendiri, meskipun dalam diam, membaca

B. Proses Komunikasi

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbo) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kail, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas kama bahasalah yang mampu "menerjemahkan" pikiran seseorang kepada orang lain. Apa itu bentuk ide, informasi atau opini : baik mengenai hal kongkret maupun yang absrak; bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang. Adalah berkat kemampuan bahasa maka kita

dapat mempelajari ilmu pengetahuan sejak di tampilkan oleh Aristoteles, plato,dan socrates;dapat menjadi manusia beradab dan berbudaya,dn dapat memperkirakan apa yang akan terjadi pada tahun dekat, bahkan abad yang *akan* datang.Kail (gesture) memang dapat "menerjemahkan" pikiran seseorang sehingga terekspresikan secara fisik. Akan tetapi menggabaikan tangan, atau memainkan jari-jemari, atau mengedipkan mata, atau menggerakkan anggota tubuh lainnya hanya dapat mengomunikasikan hal-hal tertentu saja (sangat terbatas).Demikian pula isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, serene, dan lain-lain serta warna yang mempunyai makna tertentu.Kedua lambang itu amat terbatas kemampuannya dalam mentranmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.LGambar sebagai lambang yang banyak dipergunakan dalam komunikasi memang melebihi kail, isyarat dan warna dalam hal kemampuan "menerjemahkan" pikiran seseorang, tetapi tetap tidak melebihi bahasa. Buku-buku yang di tulis dengan bahasa sebagai lambang untuk "menerjemahkan" memikirkan tidak mungkin diganti oleh gambar, apalagi oleh lambang-lambang lainnya.Akan tetapi, demi efektifnya komunikasi, lambang-lambang tersebut sering di panduan penggunaannya. Dalam kehidupan sehari-hari bukanlah hal yang luar biasa apabila kita terlibat dalam komunikasi yang menggunakan bahasa disertai gambar-gambar berwarna

Menurut Schramm,bidang pengalaman (field of experience) merupakan paktor yang penting dalam komunikasi. Jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikasi, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, bila pengalaman komunikan tidak sama dengan pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain. Apa yang harus dilakukan oleh komunikator dalam menghadapi situasi demikian akan diterangkan pada subbab"Komunikasi Efektif".

Dalam proses komunikasi antarpersonal (interpersonal comunication) yang dilibatkan dua orang dalam situasi intraksi, komunikator menyandi satu pesan, lalu menyampaikannya kepada

komunikasikan, dan komunikasikan mengawasi pesan tersebut. Sampai disitu komunikator menjadi encoder, dan komunikasikan menjadi decoder, untuk jelasnya, jika komunikator itu bernama A dan komunikasikan B, maka selama komunikasi berlangsung antara A dan B itu, akan terjadi pergantian fungsi secara bergiliran sebagai encoder dan decoder. Jika A sedang berbicara, ia akan menjadi encoder, dan B sedang mendengarkan maka ia menjadi decoder. Dinamakan umpan balik atau arus balik (feed back) Istilah komunikasi massa yang muncul pertama kali pada akhir tahun 1930-an memiliki banyak pengertian sehingga sulit bagi para ahli untuk secara sederhana mendefinisikan komunikasi massa. Kata "massa" sendiri memiliki banyak arti dan bahkan kontroversial, dan istilah "komunikasi" sendiri masih belum memiliki definisi yang dapat disetujui bersama. Namun demikian, definisi Gerber (1967) mengenai komunikasi yaitu interaksi sosial melalui pesan.

C. Komunikasi Massa

Massa menggambarkan sesuatu orang atau barang dalam jumlah besar, sementara komunikasi mengacu pada pemberian pada penerima atau pengiriman dan penerima pesan. Salah satu definisi komunikasi oleh Janowitz (1960) menyatakan bahwa komunikasi massa terdiri atas lembaga dan teknik dimana kelompok-kelompok terlalu menggunakan teknologi untuk menyebar luaskan simbol-simbol kepada audien yang tersebar luas. Komunikasi massa pada dasarnya mempunyai proses yang melibatkan beberapa komponen. Dua komponen yang berinteraksi (sumber yang dan penerima) terlibat pesan sebuah saluran yang diberi kode (encoded). Disalurkan melalui sebuah saluran dan diberi kode oleh penerima (decoded), tanggapan yang diterima umpan balik yang memungkinkan interaksi telanjur antara sumber dan penerima.

D. Media Massa

Komunikasi massa ataupun media massa dengan jurnalisme dalam menyabut media selain Koran dan majalah. Tentu saja setiap komunikasi membutuhkan medium atau sarana pengiriman pesan seperti kolom dikoran atau golombang siaran. Namun komunikasi massa merujuk keseluruhan institusinya yang merupakan pembawa pesan-koran. majalah, stasiun pemancar yang mampu menyampaikan pesan-pesan kejutaan orang nyaris serentak. Sebagai pranata sosial keberadaanya tidak hanya membuat manfaat namun juga masalah:kontrol,pembatasan pemerintah, sarana penunjang ekonomi, dan seterusnya yang akan klita bahas dalam bab-bab selanjutnya. Oleh sebab itu komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara, yakni, pertama,komunikasi oleh media, dan kedua, komunikasi untuk massa. Namun ini tidak berarti komunikasi massa adalah komunikasi untuk setiap orang. Media tetap cenderung memilih khalayak, dan demikin juga sebaliknya khalayakpun memilih media.

1. Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik terpenting pertama komunikasi massa adalah sifatnya yang satu arah. Memang ada televisi atau radio yang mengadakan dialog interaktif yang melibatkan khalayak secara langsung, namun itu hanya untuk keperluan terbatas.Kedua, selalu ada proses seleksi. Misalnya, setiap media memiliki khalayaknya. Koran New York untuk kalangan menengah keatas saja. Successful Farming khusus untuk para petani kaya warga AS dapat memahami isi Koran dan majalah dengan baik.

Namun tidak banyak yangsenang menceritakan apa yang dibacanya kepada orang lain. Kelima, komunikasi dilakukan oleh institusi sosial yang harus peka terhadap kondisi lingkungannya.Ada interaksi tertentu yang berlangsung antara media dan masyarakat media tidak hanya mempengaruhi tatanan politik, sosial dan ekonomi dimana ia berada, namun juga dipengaruhi olehnya. Oleh

sebab itu, untuk memahami media secara baik, kita harus juga memahami lingkungan atau masyarakat dimana media itu berada. Sedangkan untuk memahami sebuah masyarakat, kita harus menelaah latar belakang, asumsi-asumsi dan keyakinan-keyakinan dasarnya. Untuk itu, diperlukan penguasaan atas sejarah, sosiologi, ilmu ekonomi dan filsafat, demi memahami media secara benar.

2. Komunikasi Dan Masyarakat

Media sudah menjadi kehidupan sehari-hari orang Amerika pada umumnya, sehingga mereka sulit membayangkan hidup tanpa media, tanpa Koran pagi, tanpa majalah Time yang mengungkap gossip baru presiden tanpa Reader's Digest dan karakter-karakternya yang tidak terlupakan, tanpa komik, tanpa bacaan filsafat, atau tanpa televisi dengan para bintang film yang menemukau seperti Tom Jones, Mike Nichols, James Reston, Walter Cronkite, Matt Dillon, Elizabeth Taylor, dan The Beatles. Karena begitu banyak orang Amerika yang telah

gerak anggota tubuh, peniruan perilaku pihak lain, dan perilaku sosial. Sedangkan communication diartikannya sebagai teknik-teknik skunder, yang segenap instrument dan sistem yang mendukung proses komunikasi. Contohnya adalah kode Morse dalam Telegram, pekik terompet, kertas, pulpen, alat-alat percetakan, film, dan alat pemancar siaran televisi.

Sapir juga berpendapat bahwa media massa adalah sama halnya seperti pesan lisan dan isyarat, sudah menjadi halnya tidak terpisahkan dari komunikasi manusia. Pada hakikatnya, media adalah perpanjangan lidah dan tangan yang berjasa meningkatkan kepastian manusia untuk mengembangkan struktur sosialnya. Namun banyak orang yang tidak menyadari hubungan fundamental antara manusia dan media itu, dan keliru menilai peran media dalam kehidupan mereka. Misalnya, banyak intelektual yang melihat media tidak lebih dari produk samping kemajuan teknologi, kemudian

sering disalah gunakan oleh para angitator dan penipu. Pandangan seperti ini ada benarnya, namun mengabaikan hubungan objektif antara media massa dan masyarakat yang sesungguhnya terbatas dari motif dan kepentingan para perilaku komunikasi seperti pemilik penerbitan, editor, penulis, dan lain-lain.

3. Komunikasi Sebagai Landasan Masyarakat

Karena manusia bisa menciptakan simbol-simbol, maka ia juga mampu mengkomunikasikan suatu niat, makna, keinginan atau maksud yang kompleks, dan karena itu pula manusia bisa mengubah kehidupan sosialnya. Dengan demikian, komunikasi merupakan pendorong proses sosial, yang ditentukan oleh akumulasi, pertukaran dan penyebaran pengetahuan. Tanpa komunikasi, manusia akan tetap pada pola hidup primitif tanpa organisasi sosial. Tanpa komunikasi, masyarakat manusia akan statis, terjebak dalam perilaku instingtif, dan tidak banyak yang berbeda dari hewan.

Jhon Dewey pernah mengatakan bahwa komunikasi adalah "hal paling menakjubkan". Dalam pandangannya, masyarakat manusia bertahan berkat adanya komunikasi, dan terus berkembang berkat komunikasi. dengan komunikasi, manusia melakukan berbagai penyesuaian diri yang diperlukan, dan memenuhi berbagai kebutuhan dan tututan yang ada sehingga masyarakat manusia tidak tercerai berai. Mulai komunikasi pula manusia

mempertahankan institusi-institusi sosial berikut segenap nilai dan norma perilaku, tidak hanya dari hari kehari, namun juga dari generasi kegenerasi.

E. Media Massa Dan Masyarakat

Di setiap masyarakat, mulai dari yang primitif hingga yang terkompleks, sistem komunikasi menjalankan empat komunikasi.

Harold Lasswell telah mendefinisikan tiga diantaranya: panjang lingkungan yang mendukung: penggaitan berbagai

komponen masyarakat agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan, serta pengalihan warisan sosial. Wilbur Schram menggunakan istilah yang sederhana yakni sistem komunikasi sebagai forum dan guru dan jumlah pakar menambahkan fungsi

Charles Wright dari Universitas Pennsylvania mengesahkan pentingnya fungsi keempat sistem komunikasi, yakni sumber hiburan. Dengan fungsi ini, banyak individu akan lebih mampu bertahan menghadapi ekspose komunikasi massa, termasuk penafsiran dan saran-sarannya, sehingga lebih mampu bertahan menghadapi arus kehidupan modern. Khusus mengenai Televisi Gary Steiner, menegaskan pula pentingnya fungsi hiburan yang bukan hanya menyenangkan namun juga bisa mendidik.

F. Hambatan Komunikasi Massa

Setiap proses komunikasi sudah dapat dipastikan akan menghadapi berbagai hambatan. Baik itu komunikasi antar pribadi, kelompok, organisasi, dan komunikasi lainnya. Sebagai insan akademika yang berkecimpung kedalam keilmuan komunikasi, sudah sepatutnya kita mengetahui apa-apa saja yang kemungkinan menjadi hambatan dalam proses komunikasi kita. Dalam Ardianto (2004), terdapat beberapa hambatan yang telah dikelompokkan. Sehingga, kita dapat mampu mengenali dan mempelajarinya lebih mudah. Sesuai mengenali dan mempelajari, kita diharapkan mampu memahami dari berbagai hambatan komunikasi massa.

Supaya kita dapat mengantisipasi berbagai hambatan tersebut.

Hambatan dalam komunikasi massa dikelompokkan menjadi tiga hal. yakni psikologis, sociocultural, dan intraksi verbal. Berikut ini adalah pembahasan mengenai ketiga hal tersebut.

1. Hambatan Psikologis

Alasan mengapa disebut hambatan psikologis karena hambatan tersebut merupakan unsur-unsur dari kegiatan psikis

manusia (Ardianto, 2004, hal. 89). Terdiri dari sub pembahasan yakni kepentingan, prasangka, stereotif, dan motifasi.

Pemaparan dari kepentingan adalah bahwa manusia hanya akan memperhatikan stimulus yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Jika tidak ada kepentingan maka itu akan dilewati begitu saja. Ditambah lagi bahwa komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen. Sangat kompleks sekali karena kita bisa mengelompokkannya dari usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan lain-lain. Tentu saja perbedaan itu berpengaruh terhadap kepentingan-kepentingan mereka saat berkomunikasi massa. Karena pada setiap pesan didalam komunikasi massa akan mendapatkan persepsi yang berbeda-beda dari komunikasinya

Stereotip merupakan gambaran atau tanggapan tertentu mengenai sifat-sifat dan watak pribadi seseorang atau pribadi orang atau golongan lain yang bercorak negatif. Motifasi komunikasi juga berpengaruh kepada efektifitas komunikasi massa. Sering berpengaruhnya, motifasi lebih dianggap sebagai penghambat dalam komunikasi massa. Setiap manusia pada hakikatnya memiliki motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dari dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Kita mengetahui bahwa heterogenitas manusia membentuk motif yang beraneka ragam dalam kegiatan komunikasi massa. Semakin pesan komunikasi dengan motifasi seseorang, maka semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Sebaliknya, komunikan akan mengabaikan suatu kesan dalam komunikasi massa yang tidak sesuai dengan motivasinya (Ardianto, 2014, hal. 94).

2. Hambatan Sociocultural

Tentunya hambatan ini melibatkan lingkungan sosial dan budaya seorang komunikasi. Ardianto 2014 membagi hambatan ini menjadi beberapa aspek yakni keberagaman etnik, perbedaan norma sosial, kurang mempunyai berbahasa, faktor smatik, kurang

meratanya pendidikan, dan berbagai hambatan mekanis. Perlu diperhatikan dalam proses pengkajian perbedaan norma sosial adalah hakikat dari norma sosial itu sendiri. Norma sosial merupakan mampu mengomunikasikan kembali supaya lebih mudah dicerna oleh masyarakat sasaran.

3. Hambatan interaksi verbal

Jenis-jenis hambatan interaksi verbal terdiri dari polarisasi, orientasi internasional, evaluasi statis, dan indiskriminasi. Polarisasi merupakan kecenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan kata dan menguraikannya dalam bentuk ekstrim, seperti baik atau buruk, positif atau negative, sehat atau sakit, pandai atau bodoh, dan lain-lain. Kita mempunyai kecenderungan kuat untuk melihat titik-titik ekstrim dan mengelompokkan manusia, objek dan kejadian dalam bentuk lawan kata yang ekstrim.

Orientasi internasional mengacu pada kecenderungan kita untuk melihat manusia, objek dan kejadian sesuai dengan ciri yang melekat pada mereka. Orientasi internasional terjadi bila kita bertindak seakan-akan label adalah lebih penting dari pada dirinya sendiri. Proses komunikasi massa, orientasi internasional biasanya dilakukan oleh komunikator terhadap komunikator, bukan sebaliknya. Cara mengatasi orientasi internasional adalah dengan ekstensionalisasi, yaitu dengan memberikan perhatian utama kita pada manusia, benda, atau kejadian-kejadian didunia ini sesuai dengan apa yang kita lihat.

G. Sosial

Pengertian Sosial adalah Kata sosial berasal dan bahasa latin yaitu *soclus* yang berarti segala sesuatu yang lahir, tumbuh, dan berkembang dalam kehidupan bersama (Salim, 2002) Sudamo (dalam Salim, 2002) menekankan pengertian sosial pada strukturnya, yaitu suatu tatanan dan hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak-pihak tertentu (individu, keluarga, kelompok, kelas) didalam posisi-co sosial tertentu berdasarkan

suatu sistem nilai dan norma yang bertanu pada suatu masyarakat pada waktu tertentu.

Winandi (dalam Ibrahim, 2003) mendefenisikan struktur sosial sebagai seperangkat unsur yang mempunyai ciri tertentu dan seperanghat hubungan diantara unsur-unsur tertentu. Dapat disimpulkan banwa sosial adalah segala sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat yang lanr. tumbuh,dan berkembang dalam kehidupan bersama

Cakupan sosial menurut Sudano ada dua yaitu interaksi sosial dan hubungan sosial. Interaksi sosial didefenisikan sebagai interaksi lembaga sosial,individu,dalam tata hubungan yang dikendalikan oleh kepentingan tertentu (Salim,2002), sedangkan Soerjono Soekanto mendefenisikan interaksi sebagai hubungan timbal balik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan antara kelompok dengan kelompok (Ibrahim, 2003). Hubungan sosial merupakan hubungan antara lembaga, individu yang bersifat umum yang memiliki dasar kegiatan kemasyarakatan (Soedarno dalam Salim, 2002).

Faktor sosial menurut Anderson meliputi pendidikan dan suku bangsa (Muzaham, 1995), sedangkan Gottlieb(1983, dalam Kuntjoro 2002) menyebutkan dukungan keluarga sebagai salah satu faktor sosial. Dengan mengadaposi pendapat Anderson dan Gotlieb tersebut maka faktor-faktor sosial adalah pendidikan, suku, dukungan keluarga.

1. Pendidikan

Pendidikan sebagai suatu konsep, memiliki sifat yang cukup terbuka untuk menelaah. Pendidikan dalam arti formal sebenarnya adalah suatu proses penyampaian bahan/materi pendidikan oleh pendidik kepada sasaran pendidikan (anak didik) guna mencapai perubahan tingkah laku (Notoatmodjo,1993).Pengertian pendidikan digunakan untuk menunjuk atau menyebutkan suatu jenis peristiwa yang dapat terjadi di berbagai jenis lingkungan. Jenis peristiwa ini ialah interaksi antara dua manusia atau lebih yang dirancang untuk

menimbulkan atau berdampak timbulnya suatu proses pengembangan atau pematangan pandangan hidup pribadi. Jenis lingkungan tempat terjadinya interaksi ini dapat berupa keluarga, sekolah, tempat kerja, tempat bermain, berolahraga atau berekreasi, ataupun tempat lain (Muzaham, 1995).

2. Suku

Suku merupakan unit-unit kebudayaan, dimana latar belakang kebudayaan tersebut berbeda-beda. Perbedaan ini akan menghasilkan tingkah laku yang berbeda pula, baik itu tingkah laku individu maupun tingkah laku kelompok. Tingkah laku yang dimaksud bukan hanya kegiatan yang bisa diamati dengan mata saja, tetapi juga apa yang ada dalam pikiran. Pada manusia, tingkah laku ini tergantung pada proses pembelajaran. Apa yang mereka lakukan adalah hasil dari proses belajar yang dilakukan oleh manusia sepanjang hidupnya disadari atau tidak. Mereka mempelajari bagaimana bertingkah laku dengan cara mencontoh atau belajar dari generasi di atasnya dan juga dari lingkungan alam dan sosial yang ada disekitarnya (Muzaham, 1995).

3. Dukungan Keluarga

Keluarga didefinisikan oleh Friedman (1992) sebagai dua individu atau lebih yang bergabung bersama karena adanya ikatan saling berbagi dan ikatan kedekatan emosi yang mengidentifikasikan diri mereka sebagai bagian keluarga. Keluarga mengembangkan fungsi untuk kesejahteraan anggota keluarga yang mencakup 5 bidang yaitu biologi, ekonomi, pendidikan, psikologi dan sosial budaya (WHO, 1978 dikutip dari Bobak, Lowdermilk, Jensen, 2005). Dukungan keluarga mengacu pada sistem atau jaringan yang membantu individu dalam proses kehidupan. Sebagai makhluk sosial tentunya individu tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain, maka manusia membutuhkan dukungan sosial dari orang-orang sekitarnya berupa penghargaan perhatian, dan cinta (Bobak, Lowdermilk, Jensen, 2005).

Gottlieb (1983,dalam Kuntjoro 2002) mendefenisikan dukungan sosial (social support) sebagai inti verbal atau nonverbal, saran,bantuan yang nyata atau tingkah laku yang diberikan oleh orang-orang yang dekat dengan subjek di dalam lingkungan sosialnya atau kehadiran dan hal-hal yang dapat memberikan keuntungan emosional atau berpengaruh pada tingkah laku penerimanya.Dukungan keluarga terjadi sepanjang hidup. dimana sumber dan jenis keluarga berpengaruh terhadap tahap lingkaran kehidupan keluarga.

H. Jaringan Komunikasi

Jaringan komunikasi adalah suatu komponen komunikasi yang sberhubungan secara fungsional sehingga jelas awal dan akhirnya,serta paktor yang berpengaruh terhadap proses berlangsungnya komunikasi.

Menurut Everett Rogers, suatu inovasi biasa merupakan gagasan, cara atau barang yang dianggap baru oleh seseorang atau unit lain (Rogers, 1983:279). Kebaruan ini bersifat subjektif,tergantung pada anggapan individu (unit adopsi lain) yang bersangkutan dan tak mempersoalkan apakah gagasan,cara, atau barang itu benar-benar bersifat baru atau tidak baru jika dilihat sejak ditemukan pertama (Regers dan shoemaker,1971:19).

Rogers juga mengemukakan bahwa suatu inovasi tidaklah selalu diadopsi atau ditolak secara langsung. Hal ini berkenaan dengan adanya "ketidak pastian" (uncertainty) yang muncul dari adanya suatu inovasi (rogers,1983).Jarang terjadi seseorang akan langsung yakin terhadap suatu inovasi yang dapat memberikan alternatif baru, agar gagasan lebih baik dari gagasan atau cara sebelumnya.

Dengan demikian,terjadinya ketidak pastian akan mendorong seseorangn untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai inovasi tersebut, subagai upaya agar dapat menghilangkan atau setidaknya mengurangi ketidak pastian. Informasi yang berkenaan dengan

inovasi tersebut sering diperoleh melalui teman-teman dekat, terutama informasi yang menyangkut penilaian subjektif terhadap suatu inovasi. Dalam rangka mengurangi atau menghilangkan ketidakpastian itu, pertukaran informasi terjadi melalui "komunikasi konvergen" sehingga terjadi pola jaringan komunikasi.

Dari model komunikasi konvergen ini, mungkin kita untuk mempelajari hubungan-hubungan komunikasi dengan unit analisisnya minimal individunya. Dengan kata lain setiap individu responden dalam penelitian jaringan komunikasi harus dilihat dalam konteks berpasangan dengan individu lain.

- Arah hubungan komunikasi
Arah hubungan komunikasi adalah kedudukan individu memiliki individu lain sebagai pasangan komunikasinya dalam jaringan komunikasi (Rogers dan Kincaid, 1981:98. Pilihan komunikasi satu langkah dan bida dihitung jumlah hubungan komunikasi satu arah dan dua arah.
- Jaringan komunikasi personal
Jaringan komunikasi personal adalah keterbungan individu dalam jaringan komunikasi yang dihubungkan oleh harus komunikasi yang terpola. Hubungan yang dimiliki individu tersebut, baik yang mengarah pada dirinya ataupun yang mengarah pada individu lain sebagai pasangan komunikasinya (Rogers dan Kincaid, 1981: 134). Jika individu mempunyai jumlah hubungan melebihi rata-rata jumlah hubungan yang dimiliki individu lain dalam jaringan komunikasi maka jaringan komunikasi individu tersebut adalah luas. Sebaliknya, apabila dibawah rata-rata, jaringan komunikasinya adalah sempit.
- Kelompok jaringan
Kelompok jaringan komunikasi adalah keadaan jumlah individu yang bisa berhubungan dengan individu lain dalam

jaringan komunikasi, dan ditunjukkan dengan langkah-langkah hubungan komunikasi (Mitchell, 1971: 18).

Pengukurannya adalah dengan menghitung jumlah individu yang memiliki hubungan langsung (satu langkah) dan menghitung jumlah individu yang menjadi perantara pasangan komunikasi dalam hubungan komunikasi dua langkah. Apabila diperoleh hasil perhitungan langkah-langkah pendek lebih mendekati indeks 100%, dikatakan tingkat kekompakannya tinggi. Sebaliknya, jika menjauhi indeks 100%, tingkat kelompokannya rendah.

I. Hand Phone

Hand phone merupakan alat komunikasi yang bisa dibawa-bawa untuk menghubungkan seseorang dengan yang lainnya ketika jarak jauh. Setiap orang sudah memiliki hand phone, dari anak kecil sampai orang tua, dari anak sekolah sampai orang yang sudah kerja. Hand phone sangat penting bagi kehidupan manusia dan sudah merupakan bagian dari hidup mereka. Handphone juga memiliki dampak yang negatif bagi orang yang salah menggunakannya. Fasilitas gambar dan video pada hand phone sudah banyak disalahgunakan oleh segelintir pengguna untuk hal yang negatif seperti pornografi. Dikalangan siswa hand phone sangat bermasalah dalam proses belajar-mengajar. Disaat guru menerangkan siswa asik dengan hand phonenya seperti: saling sms, main game. facebook, twitter, chatting dan lain-lain, sehingga komunikasi pembelajaran terputus dengan guru. Hal ini adalah suatu masalah besar dalam dunia pendidikan dan penyebab kualitas pendidikan di Indonesia menurun.

Segi Sosial

Kita bisa memperbanyak teman lewat Hand Phone dengan cepat dan mudah. Kita bisa berbagi kabar dengan teman dan kerabat kita yang berada di dalam negeri maupun di luar negeri tanpa harus menunggu waktu terlalu lama. Dengan adanya HP, Kita tidak perlu

lama-lama mengirimkan, kalau ada yang cepat buat apa kita memilih cara untuk yang lama untuk ber bagi. Dengan adanya HP,

METODOLOGI

penelitian ini dilaksanakan di Kampung Linge,Lumut,dan Ise-lse Kecamatan Linge,Kabupaten Aceh Tengah dengan judul Komunikasi Efektif Dalam Menggunakan Jaringan Sosial Hand Phone (HP) dengan tipe observasional ini memiliki hambatan komunikasi tidak efektif dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Sehingga penulis bisa meneliti menggunakan wawancara dan menggunakan teori komunikasi. .Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yakni menggambarkan, mencatat,wawancara serta merekam hasil yang diceritakan, seperti dikatakan oleh Rusli. Rahmat dalam buku metode penelitian komunikasi mengatakan: Metode deskriptif, yaitu dengan cara mempelajari masalah-masalah dan cara yang berlaku dalam masyarakat,secara setuasi-setuasi tertentu dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan fenomena secara sistematis pakta karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara Faktual dan cermat (Rahmat,2005)

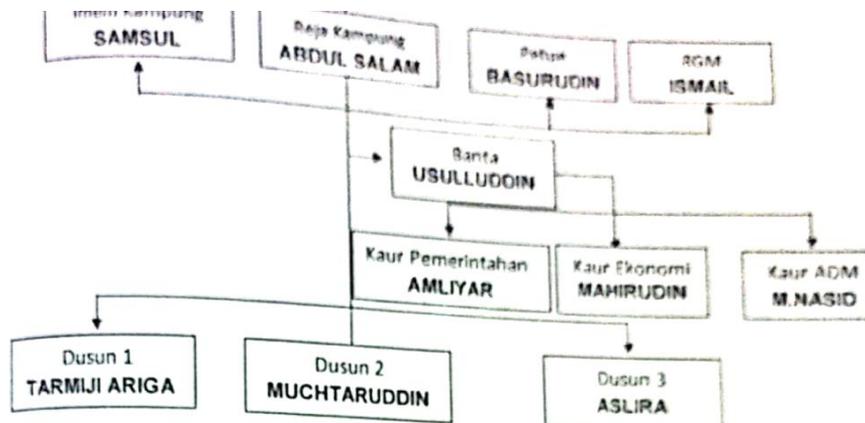
Lewat model ini, Barthes menjelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal atau tahap kedua (denotatif).Itu yang disebut Barthes sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda(sign). Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya.Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama), sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada (Sekaran. 2006).

Sumber data yang tersedia sebagian besar terdiri dari bahan-bahan yang terdokumentasi (buku, surat kabar, tabloid). Ada keterangan pelengkap atau kerangka teori tertentu yang menerangkan tentang dan sebagai metode pendekatan terhadap data tersebut. Adapun jenis-jenis sumber data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari dokumen atau arsip yang berkaitan dengan penelitian. Teknik Analisa Data, penyajian data dan Kesimpulan

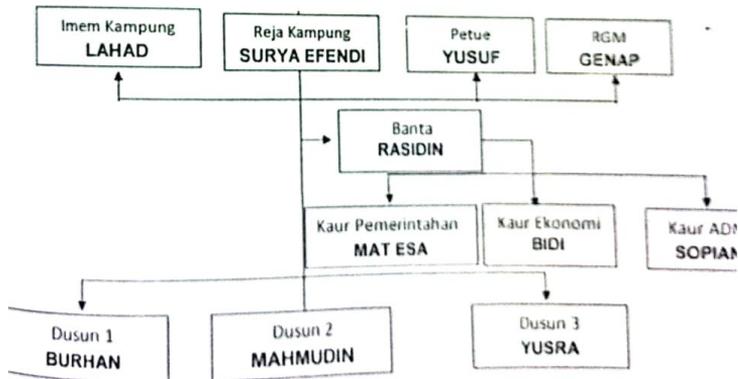
PEMBAHASAN

Kecamatan Linge memiliki 26 Kampung, sebagai mana masing masing Kampung tersebut masih sangat miris dalam mendapatkan jaringan seluler, sehingga terjadilah komunikasi berjalan tidak efektif. sebagaimana kebebasan manusia saat ini tidak bisa dapat diukur dengan pola atau tradisi modern dalam internet. Kecanggihan internet dapat memuat berbagai aspirasi dalam masyarakat, baik dalam lingkup sempit maupun dalam lingkup yang besar atau dunia global. Namun kebebasan ini harus dikritisi sehingga tidak menimbulkan konflik yang berkepanjangan.

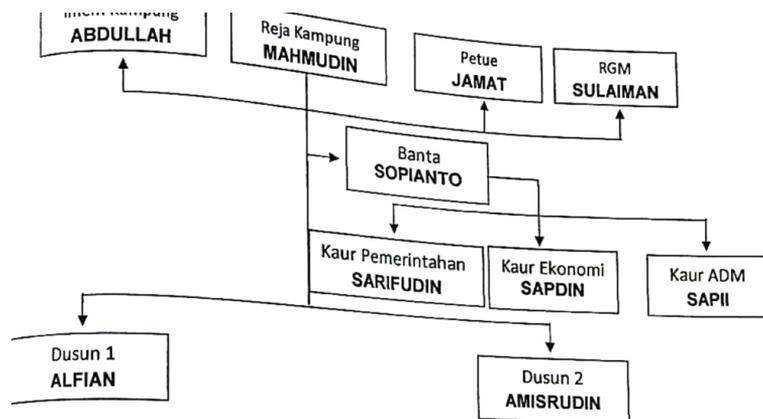
Sruktur Organisasi Kampung Linge



Suktur Organisasi Kampung Lumut



Gambar Struktur Organisasi



Sumber Data: Kampung Ise-Ise

Adapun masing-masing kampung memiliki tepoksi ataupun struktur beserta fungsinya masing-masing. Adapun struktur kampung yaitu melaksanakan tugas dan fungsinya dalam wilayah kampung/desa berdasarkan kebijakan Reje wilayah tersebut dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Komunikasi Efektif Dalam Menggunakan Jaringan Sosial Hand Phone i Kecamatan Linge Kabupaten Aceh Tengah. Kecamatan Linge mempunyai beberapa daerah ataupun Kampung dan di setiap masing-masing daerah tersebut belum bisa dikatakan semuanya menikmati komunikasi dalam menggunakan jaringan sosial handphone karena diakibatkan masih terbatasnya jafingan selulerlsignal di Kecamatatersebut salah satunya daerah Lumut,Linge dan Ise-Ise dengan hal ini.(Surya Efendi selaku Reje Kampung Lumut mengatakak: Semenjak berdirinya tower pada tahun 2010 di Kampung Owak Kecamatan Linge Kabupaten Aceh Tengah,kami selaku pemerintah belum merasakan bagaimana lerjalannya komunikasi efektif dalam penggunaan jaringan sosial,dalam berkomunikasi antar personal salah satunya,Fb,BBM ataupun Webset lainnya semua itu dikarnakan masih terbatasnya singnal, sedangkan masyarakat Kampung Lumut ini bisa dikatakan 90 prsen sudah mengenal HP akat tetapi mesyarakat belum menggunakan satu hari 24 jam kecuali mereka mencari singnal keatas pergunung disitu mereka baru bisa menggunakan hp tersebut seperti Fb.BBM dan lain-lain(Wawancara, 05 Febuari 2022).

Dimana hal ini dapat mengurangi komunikasi efektif dalam menggunakan jaringan sosial di Kecamatan Linge sehingga masyarakat sangat sulit untuk bersosialisasi dan menjalin hubungan dengan masyarakat luar dalam dunia maya (Mahmudin selaku Reje Kampung Ise-Ise juga mengatakan hal ini bahwa:

Komunikasi sosial antar individu dengan individu lainnya masih sangatlah terbatas,hal ini terjadi di sebabkan masih kurangnya singnal ataupun jaringan hand phone di seluruh penjuruan daerah, salah satunya contoh di Kampung Ise-Ise ini dan lain lagi daerah-

daerah lainnya, sehingga komunikasi tidak berjalan secara efektif. (wawancara,06 Febuari 2017).

Sedangkan komunikasi efektif dalam menggunakan hend phon sangat memerlukan jaringan yang kuat sehingga komunikasi bis berjalannya secara efektif, seperti di Kota-Kota lainnya. Akan teta kenyataan dalam berbagai bidang kehidupan matematika sangat mempengaruhi kehidupan manusia baik di bidang produksi,komunikasi. teknologi apalagi di bidang ilmu pengetahuan.Dengan pembelajtran matematika manusia mampu memahami konsep-konsep. menyelesaikan masalah,perkembangan pada menelar yang logis,mempunyai pemikiran yang sistematis,kritis,cermat, dan ilmiah.Dengan pengetahuan dan teknologi yang semakin maju dan berkembang, maka perludikuasai oleh seluruh sumber daya manusia untuk menghadapi kemajuan zaman pada saat ini, dalam hal ini Abdul Salam selaku Reja Kampung Linge juga mengatakan seperti apa yang dikatakan Reje Kampung Ise-Ise bahwa:

Sampai saat ini komunikasi di Kampung Linge ini belum berjalan secara efektif dan bahkan bisa di katakana belum setabil sebagaimana mestinya, hal ini disebabkan kama kurangnya towor ataupun signal, sehingga masyarakat disini jarang berintraksi sosial dengan menggunakan Hand Phone (HP),(Wawancara,08 Febuari 2017)

Objektif

Sebagaimana telah dinyatakan diatas, bahwa dalam proses komunikasi, salah satunya yang dipenuhi adalah jaringan. Namun hal itu sambai saat ini belum terpenuhi sehingga menimbulkan komunikasi tidak efektif antara komunikan dengan komunikatornya, oleh sebab itu lwan juga selaku masyarakat Kampung Lumut mengatakan bahwa:Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa komunikasi adalah suatu proses dalam penyampaian pesan atau informasi. Namun hal ini sering terjadi diakaibatkan karna masih

kurangnya jaringan sosial sehingga masyarakat Kapung Lumut ataupun sekitarnya sering mengakibatkan kurang efektifnya dalam berkomunikasi dengan masyarakat luar ..

Dalam hasil wawancara di Kampung Lumut.Linge.Ise-Isemasih banyak hal-hal yang menjadi penghambat komunikasi secara efektif dalam penggunaan Hand Phone,karnamasih kekurangan Tower di Kecamatan Linge Kabupaten Aceh Tengah,sehingga jaringan ataupun sinyal tidak terjangkau oleh semua Kampung yang berada di Kecamatan tersebut.

Akurat

Komunikasi merupakan isyarat bahwa komunikasi penting untuk membangun diri ataupun aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup,terdiri dari tekan dan ketegangan antara lain lewat komunikasi yang menghibur. dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kita berkerjasama dengan anggota masyarakat, keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, desa, kota, dan Negara secara keseluruhan untuk mencapai tujuan.

Aktual

Komunikasilah yang bisa membangun individu dalam suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apapun yang di hadapi. Dan komunikasilah yang memungkinkannya mempelajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi-situasi problematik yang di masuki.

Dalam kehidupan masyarakat tanpa adanya komunikasi, intraksi antar masyarakat baik secara perorangan, kelompok maupun organisasi tidak mungkin bisa terjadi. Dalam tindakan komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai cara, baik secara verbal (dalam bentuk lisan,kata-kata/tulisan) ataupun nonverbal (tidak dalam bentuk kata-kata, misalnya sikap,tingkah laku, gambaran-gambaran dan bentuk-bentuk lainnya yang mengandung arti. Komunikasi dapat juga dilakukan secara langsung dan tidak

langsung. Komunikasi yang tidak langsung bisa dilakukan tidak secara perorangan tetapi melalui medium atau alat peralatan tertentu misalnya menyampaikan informasi melalui hand phone, surat kabar majalah, radio, TV dan lain-lain.

Kendala Komunikasi Efektif Dalam Menggunakan Jaringan Sosial Hand Phone di Kampung Lumut, Linge dan Ise-Ise Kecamatan Linge Kabupaten Aceh Tengah

Dari hasil penelitian diketahui bahwa hambatan sering terjadi ketika disaat berjalannya komunikasi tidak efektif, hal ini sering sekali terjadi di tengah-tengah kalangan masyarakat, atau pun di aparaturnya kampung setempat, hambatan komunikasi di kampung Lumut, Linge, dan Ise-Ise sehingga efektifitas komunikasi salah satunya akan sangat terganggu pada beberapa hambatan komunikasi yang terjadi pada saat ini. Didalam setiap kegiatan komunikasi, sudah dapat dipastikan agar menghadapi berbagai hambatan. Hambatan dalam kegiatan komunikasi yang manapun, tentu akan mempengaruhi efektifitas proses komunikasi tersebut. Sehingga masyarakat selalu ada hambatan yang dapat mengganggu kelancaran jalannya proses komunikasi. Sehingga informasi dan gagasan yang disampaikan tidak dapat diterima dan dimengerti dengan jelas oleh penerima pesan. Berdasarkan dengan hal diatas bahwa

Hambatan komunikasi yang saat ini di Kampung Lumut, Linge, Ise-Ise sangatlah miris disebabkan masih kurangnya sinyal, sehingga masyarakat kurangnya dalam berintraksi sosial dengan masyarakat luar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa: Komunikasi efektif dalam menggunakan jaringan sosial nand phone (Hp) di Kampung Lumut, Linge Ise-Ise Kecamatan Linge Kabupaten Aceh Tengah masih belum sempurna akibat masih

banyaknya kekurangan-kekurangan, salah satu nya di biang janggan sehingga masyarakat susah dalam berintrakai somial dengan masyarakat luar. Dalam hambatan komunikasi di Kampung Lumut,Linge dan lse-lse Kecamatan Linge Kabupaten Aceh Tengah,peneit dapat menyimpulkan bahwa hambatan komunkasi yang saat ins d sebabkan akibat kurangnya Towor di Kecainatan Linge tarseout. sehingga menimbulkan komunikasi tidak berjalan secara ahh dan semua itu sangatih berpengaruh di semua butang baik d bidang pendidikan maupun di bidang perekonomian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajar Marhaeni (2009:32) "Ilmu Komunikasi Teori dan praktis" Gerah Ilmu. Candi Cabang Blok R/6.Yogyakarta
- Prof Dr.Mulyana Deddy.MA. (2008 3)"komunikasi efektf suatu pendekatan lintas budaya'.PT.Remaja Rosdakarya.Bandung
- (2009:16) "Ilmu Komunikasi Teori dan praktik" Gerah Ilmu. Candi Cabang Blok R/6.Yikyakarta.
- Edward T. Hall bahwa "budaya adalah komunikasi" dan "komunikasi adalah budaya."Rosda Karya.Bandung
- Morissan,M.A.(2010:7). Tiori Komunikasi Massa. PT. Ghalia Indonesia. Warung Nangka, Ciawi-Bogor 16720.
- Heru Puji Winarso. (2005:18). Sosiologi Komunikasi Massa. PT. Prestasi Pustaka. Jakarta.
- Ardianto,E (2014). Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Bandung: Simbiosis Rakatama Media.
- Effendi,O.U. (2002). Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rahman,J. (2003).Psikologis Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suyanto Bagong.(2005:158). "Metode Penelitian Sosial. Berbagai Alternative Pendekatan". kencana.2010. Jakarta.
- Muzaham.f. (1995:30). Memperkenalkan Sosiologi, Jakarta:UI Press kencana

NILAI-NILAI KOMUNIKASI ISLAMI YANG DITERAPKAN PEMERINTAH UNTUK PEMASARAN WISATA HALAL DI ACEH

Muhammad Saleh

muhammadsaleh@iainlhokseumawe.ac.id

Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi mana yang harus digunakan untuk mempromosikan wisata halal di Aceh. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dan hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi wisata Halal (Halal tourism) di Aceh tidak hanya berdasarkan destinasi wisata, tetapi juga pada fitur budaya, wisata alam, kuliner, masyarakat. bahwa mereka memiliki keramahan untuk Potensi wisata ini didukung oleh lainnya seperti adanya Qanun Pariwisata, Qanun Nomor 8 tentang Pariwisata tahun 2013, dan adanya berbagai kegiatan yang menyelenggarakan event-event lokal, nasional dan internasional tentang Halal yang berpotensi lebih kuat dan terorganisir dengan baik. pariwisata Aceh. Strategi pemasaran wisata halal (halal tourism) di Aceh terdiri dari tiga program: Konsep pemasaran berdasarkan tujuan, asal dan waktu. b. Strategi promosi ada dalam branding, periklanan, dan penjualan. Upaya memberikan Aceh award dan

meningkatkan exposure merupakan strategi branding. Hal ini berdampak besar bagi penduduk setempat. C. Strategi media melalui promotor, media sosial, dan media umum. Agar iklan dapat mencapai sasaran, penyampaian informasi menjadi sangat penting. Sekali lagi, strategi ini biasanya diterapkan secara bersamaan di berbagai wilayah dan negara promosi selama periode penjualan. Pemasaran pariwisata halal disisipkan ketika pemerintah ikut serta dalam pameran pariwisata di luar negeri.

Kata Kunci: *Komunikasi Islami, Pemerintah, Pemasaran, Wisata Halal*

PENDAHULUAN

Aktifitas manusia baru bisa berjalan dengan lancar kalau di dalamnya ada dilibatkan komunikasi, komunikasi ini memegang peranan yang penting dalam kehidupan ini dan manusia tidak bisa menghindari yang namanya komunikasi.¹

Jika kita perhatikan dengan seksama bahwa komunikasi Islam adalah suatu disiplin ilmu yang begitu cepat dipandang oleh masyarakat, baik masyarakat Timur maupun Barat, yang bersifat akademis, maka ilmu komunikasi dapat dibandingkan dengan ilmu-ilmu lain yang relatif masih muda. disebut bersih. . ilmu pengetahuan, tetapi perlu diketahui bahwa jika tidak ada proses komunikasi di muka bumi ini, maka sangat tidak mungkin ilmu-ilmu lain muncul dan dipelajari oleh umat manusia, yang kita saksikan saat ini.

Dari sudut pandang Al-Qur'an, komunikasi ini memang merupakan ilmu tertua di muka bumi, namun entah kenapa tidak bisa maju di akademi, sehingga diakui sebagai cabang ilmu yang

¹Ujang Saefullah, Kapita Selekt Komuniaksi Pendekatan budaya dan agama, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2007, h. 1

sangat urgen dan harus direkonsiliasikan dengan yang lain. . karena ilmu komunikasi ini bersifat dinamis dan komprehensif. Jika kita melihat refleksi Islam, menjadi jelas bahwa Allah berfirman dalam Al-Qur'an, yang artinya:

Dan Dia megajarkan kepada Adam nama-nama benda seluruhnya, kemudian mengemukakan kepada para malaikat lalu berfirman: "Sebutkanlah kepada-Ku nama-nama benda itu, jika kamu orang-orang yang benar!" Mereka menjawab: " Maha Suci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain selain dari apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami; Sesungguhnya Engkau adalah Yang maha mengetahui lagi maha bijak sana. " Allah berfirman: "Hai Adam, beritahukanlah kepada mereka nama benda-benda ini. "Maka setelah diberitahukannya kepada mereka nama benda-benda itu, Allah berfirman: " Bukan kah suda Ku katakana kepada mu bahwa sesungguhnya Aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan mengetahui apa yang kamu lahirkan dan yang kamu sembunyikan" (Al-baqarah 31-33).

Sektor pariwisata menjadi salah satu program prioritas pembangunan saat ini, di samping kedaulatan pangan, kelautan, kedaulatan energi, dan industri pengolahan. Pengembangan sektor pariwisata seharusnya tidak sulit bagi Indonesia yang memiliki alam yang indah dan kaya akan seni budaya.² Namun berdasarkan data Badan Pusat Statistik, proporsi kontribusi sektor pariwisata terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) ditahun 2015 baru mencapai 4,25 persen.

¹Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019*, (Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia, 2014), 4-9

Dibandingkan negara-negara ASEAN, Indonesia menempati urutan keempat berdasarkan jumlah kunjungan wisman ke Asia Tenggara. Menurut data Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (Kemenpar), jumlah kunjungan wisman ke Thailand pertama sebanyak 32,5 juta, disusul Malaysia 26,8 juta, Singapura 16, juta, dan Indonesia 12 juta.

Untuk mendongkrak PDB dari sektor pariwisata, Kementerian Pariwisata juga mengembangkan wisata halal untuk menaklukkan pasar pariwisata muslim mancanegara. Nilai industri halal global mencapai \$3,8 triliun pada tahun 2015, diperkirakan akan meningkat lagi menjadi \$6,38 triliun pada tahun 2021. Dengan pertumbuhan yang menjanjikan ini, berbagai negara di dunia saling bersaing untuk merebut peluang dan membidik kehebatan sebagai pemain utama dalam industri halal global. Fenomena ini tidak hanya terjadi pada negara dengan penduduk mayoritas muslim, namun juga bergulir di negara-negara lainnya seperti Inggris, Jepang, Tiongkok, Korea, Thailand, dan Australia.³

Kesadaran akan produk halal mendorong pertumbuhan industri halal. Pertumbuhan industri halal telah menyebabkan pariwisata halal sebagai fenomena yang muncul.⁴ Hal ini juga ditegaskan oleh berbagai literatur bahwa wisatawan muslim berhati-hati dalam mengkonsumsi produk dan layanan syariah saat mengunjungi tempat wisata. Minat terhadap wisata halal (halal tourism) semakin

³Ahmad Buchori,
"Ekonomi Syariah Seharusnya Sudah Hidup", (*online*).<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/17/11/17/ozg9yw-ekonomi-syariah-seharusnya-sudah-hidup>. Diakses, 27 November 2021

⁴H.Hamdani, Issa, ZM., Abu, N., dan Jusoff, K. Purchasing Decisions among Muslim Consumers of Processed Halal Food Products. *Journal of Food Products Marketing*. 19(1) 2013: 54-61

meningkat. Peningkatan ini sejalan dengan peningkatan wisatawan muslim setiap tahunnya.⁵

Wisatawan Muslim diperkirakan akan tumbuh sebesar 30 persen pada tahun 2020, meningkatkan pengeluaran hingga \$200 miliar. Untuk menggali potensi besar pariwisata halal, banyak negara (baik negara muslim maupun non muslim) mulai menyediakan produk, sarana dan prasarana pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim. Namun, masih banyak pedagang dan pelaku di sektor pariwisata yang memiliki pemahaman yang terbatas tentang wisata halal (baik produk, sarana dan prasarana). Sektor pariwisata memainkan peranan penting dalam ekonomi dunia karena dianggap sebagai salah satu kontributor pertumbuhan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi di negara manapun. Ini berarti bahwa pariwisata dapat dianggap sebagai salah satu sumber produk domestik bruto (PDB) terpenting. Peningkatan wisatawan muslim merupakan peluang sekaligus tantangan untuk meningkatkan sektor pariwisata.

Berdasarkan hal tersebut, postingan ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan, konsep, peluang dan tantangan wisata halal (halal tourism) di Aceh yang mengkhususkan diri pada penerapan syariat Islam. Kementerian Pariwisata (2015) dalam laporannya mencatat bahwa terdapat 13 provinsi yang siap untuk menjadi destinasi wisata halal (*halal tourism*) yaitu Aceh, Banten, Sumatera Barat, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Bali.⁶

Aceh merupakan provinsi tempat wisata halal bagi wisatawan muslim mancanegara cukup berkembang dibandingkan dengan

⁵Z.Samori, MdSalleh, NZ, dan Khalid, MM. Current Trendson Halal Tourism: Caseson Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspective*. (19) 2016:131-136

⁶Kementrian Pariwisata. *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. (Jakarta: KementerianPariwisata,2015), 56.

daerah lain. Hal ini dibuktikan dengan diperkenalkannya lembaga berbasis syariah yang telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Setidaknya kita bisa melihat dari catatan pariwisata apakah wisata halal diterapkan di Aceh atau tidak. Aceh juara Lomba Wisata Halal Tingkat Nasional 2016, “Aceh destinasi budaya ramah turis muslim terbaik”, “Bandara Sultan Iskandar Muda bandara ramah turis muslim terbaik”, “Masjid Raya Baitu Rahman meraih tiga kategori “Wisatawan Terbaik” . daya tarik”. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan BPS pada tahun 2017, sektor pariwisata Aceh bernilai sekitar Rp10,87 Triliun atau setara dengan 8,97% dari total perekonomian Aceh. Angka 10,87 triliun atau setara dengan 8,97% Mengingat potensi yang dimiliki Aceh untuk pengembangan wisata halal (halal tourism), pangsa ekonomi Aceh secara keseluruhan dinilai terlalu kecil. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji upaya dan langkah strategis yang akan dilakukan terkait pengembangan wisata Halal di Bumi Syariah Aceh (Aceh).⁷

Sebuah teori tentang bauran pemasaran

Penelitian ini menggunakan teori-teori yang biasa digunakan dalam pemasaran dan pariwisata halal. Pemasaran dalam bisnis menciptakan kepuasan pelanggan jangka panjang dan kepuasan konsumen sebagai kunci untuk menghasilkan keuntungan atau keuntungan. Keberhasilan perusahaan didasarkan pada keahliannya dalam mengelola strategi pemasarannya.⁸ Menurut Kotler, strategi pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan berbagi produk yang berharga. Pemahaman ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran

⁷BPS.Aceh dalam Angka 2018 (Banda Aceh: BPS, 2018)

⁸Philip Kotler dan G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta; Erlangga, 1997), 3.

baik secara individu maupun kelompok mencakup aspek sosial untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Oleh karena itu, kebutuhan dan keinginan dipertukarkan, yang disebut pertukaran barang dan jasa. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen maupun individu dan kelompok.

Teori *Marketing Mix* akan digunakan dalam penelitian ini. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) merupakan konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dikendalikan yaitu lebih dikenal dengan.⁹Bauran pemasaran/marketing mix merupakan ukuran pemasaran yang dilaksanakan secara terpadu. Artinya aktivitas ini didistribusikan di antara elemen-elemen dalam penanda. Setiap elemen tidak dapat berfungsi secara mandiri tanpa dukungan elemen lainnya. Menurut Basu Swasta, bauran pemasaran adalah gabungan dari empat variabel atau aktivitas yang menjadi dasar sistem pemasaran suatu perusahaan, antara lain: produk, struktur harga, aktivitas promosi, dan sistem distribusi. Bauran pemasaran atau marketing mix merupakan gabungan dari empat variabel yaitu produk, struktur harga, langkah-langkah promosi dan sistem distribusi. Empat elemen campuran. Pemasaran saling berhubungan dan mempengaruhi satu sama lain, sehingga perlu dilakukan upaya untuk mengembangkan kebijakan pemasaran yang mengarah pada pelayanan yang efektif dan kepuasan pelanggan. Jadi, dalam bauran pemasaran terdapat variabel-variabel yang saling mendukung, yang kemudian digabungkan oleh perusahaan untuk mencapai respon yang diinginkan di pasar sasaran.

Lingkungan perdagangan terbentuk pecah daerah mikro dan daerah makro. Lingkungan perdagangan mikro terbentuk pecah perusahaan, pemasok, perantara, pelanggan dan pesaing. Sedangkan daerah perdagangan makro terbentuk pecah tenaga societal lebih format yang menakluki daerah mikro; mengcover

⁹M.Nur,Rianto,*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:ALFABETA, 2010),14.

demographic, economic, natural, technological political dan cultural. Sedangkan perdagangan adalah “Sistem keutuhan pecah urusan saham yang ditujukan kepada menjadwalkan mematok harga, mempromosikan, dan mencatu bawaan dan kebaikan yang bisa melampiasikan niat menjelang konsumen yang tersua maupun konsumen potensial” Beberapa maksud tertera, bisa ditarik kesimpulan, bahwa yang dimaksud perdagangan adalah seumpama suatu sistem/jalan pecah urusan-urusan yang saling berikut-ikut kisi-kisi esa pakai yang lainnya bagian dalam perkara pelepasan niat. Dengan adanya pelepasan niat tertera berwai akan terjadi nada yang menyenangkan, bisa kelihatan bahwa sebenarnya jalan perdagangan itu kelahirannya atau dimulai hanyut sejak sebelum bawaan-bawaan diproduksi.¹⁰

Dari sudut pandang penjual, empat P merupakan perangkat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli. Namun, dari sudut pandang pembeli, P adalah alat pemasaran yang dirancang untuk menguntungkan pelanggan. Komponen bauran pemasaran, sering disebut sebagai P, meliputi produk, harga, lokasi, dan promosi. Konsep bauran pemasaran terdiri dari: 4P¹¹

1. *Product* (produk), Adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian sehingga produk yang dijual, dibeli, digunakan atau dikonsumsi akan memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.
2. Harga (*Price*), yaitu sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat darimemiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau

¹⁰PhilipKotler.*ManajemenPemasaran(MarketingManagement)(Edisi13)*.(U SA:PearsonPrenticeHall, 2009), h. 76

¹¹PhilipKotler & G.Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi12*, (Jakarta: Erlangga, 2012),h. 45.

ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

3. Place adalah tempat yang menghubungkan sebagai saluran penjualan dengan tujuan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini meliputi lokasi, transportasi, pergudangan, dll. Promosi (*Promotion*), promosi artinya aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.¹²

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah unsur-unsur pemasaran yang digabungkan, digabungkan, diatur dan digunakan dengan cara yang sesuai untuk memungkinkan perusahaan mencapai tujuan pemasarannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Bauran pemasaran jasa adalah elemen organisasi bisnis yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen dan digunakan untuk memuaskan mereka. Bauran pemasaran adalah unsur-unsur pemasaran yang secara tepat terjalin, dicampur, diatur, dan digunakan untuk memungkinkan bisnis mencapai tujuan pemasarannya secara efektif sambil memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Salah satu strategi yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran perusahaan adalah strategi bauran pemasaran, yang dapat diartikan sebagai bauran pemasaran sebagai seperangkat variabel pemasaran yang terkendali yang memandu perusahaan untuk mencapai respons yang diinginkan di pasar sasarannya.¹³

¹²Allard C.R Van Riel Monroe, etal. *Marketing Antecedento fIndustrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialty Chemical*. Industrial Marketing Management (12), (2005), h. 841-847.

¹³Schiffman dan Kanuk. *Riset Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 32.

Dari definisi di atas dapat diartikan bahwa bauran pemasaran merupakan variabel terkontrol yang digabungkan untuk menghasilkan respon yang diharapkan dari pasar sasaran. Dan untuk usaha jasa terdapat 7 unsur marketing mix (Marketing Mix-7p) yaitu: Produk, *Price*, *Promotion*, *Place*, *Partisipant*, Proses, dan *Physical Evidence*.

a. Product(Produk)

Produk adalah elemen kunci dari program pemasaran Anda. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Membeli suatu produk tidak hanya memiliki produk tersebut, tetapi juga memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan Pengorbanan finansial yang dilakukan pelanggan untuk mendapatkan produk atau layanan. Harga adalah satuan uang atau ukuran lain (termasuk barang atau jasa lain) yang dipertukarkan untuk memperoleh kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga didefinisikan sebagai mahal, murah, atau biasa-biasa saja oleh setiap individu. Mereka tidak harus sama. Hal ini tergantung pada persepsi individu yang dimotivasi oleh lingkungan dan kondisi individu.

c. *Promotion* (promosi)

Periklanan adalah kegiatan penyampaian informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Melalui periklanan, perusahaan mengarahkan komunikasi persuasif kepada pembeli sasaran dan masyarakat umum melalui media yang dikenal sebagai media massa seperti surat kabar, majalah, tabloid, radio, televisi dan surat langsung. Media promosi yang dapat digunakan pada bisnis ini antara lain (1) Periklanan, (2) Promosi penjualan, (3) Publisitas dan hubungan masyarakat, dan(4)Pemasaran langsung.

Penentuan media promosi yang akan digunakan didasarkan pada jenis dan bentuk produk itu sendiri.¹⁴

d. *Place* (saluran distribusi)

Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan segala kegiatan (Fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikinya dari produsen kekonsumen. Dari definisi di atas, saluran distribusi untuk suatu barang dapat diartikan sebagai keseluruhan kegiatan atau fungsi untuk mengangkut produk dengan kepemilikan dari produsen ke konsumen akhir atau pengguna industri. Distribusi berkaitan dengan memastikan produk mudah ditemukan di pasar dan tersedia saat konsumen mencarinya. Penjualan mewakili berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menyediakan produk atau layanannya kepada pelanggan targetnya.

e. *People*(partisipasi)

Partisipan di sini berarti karyawan penyedia layanan atau distribusi layanan, atau orang-orang yang terlibat langsung atau tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri, seperti dalam hal layanan kecantikan. Ini termasuk resepsionis, dokter dan terapis kecantikan.

f. *Process* (proses)

Proses adalah kegiatan yang menggambarkan bagaimana layanan diberikan kepada konsumen saat membeli barang. Pemimpin bisnis garis depan sering menawarkan berbagai bentuk layanan untuk menarik konsumen. Fasilitas layanan konsultasi gratis, pengiriman produk, kartu kredit, kartu keanggotaan, dan persyaratan pengajuan kredit yang mudah semuanya berkontribusi pada citra perusahaan Anda.¹⁵

¹⁴Baker and Sinkula. *Product Innovation Management*. (USA: Journal of Market-Focused Management, 2010), h. 7.

¹⁵A.FitriadanImamHidayat.2017.PengaruhBauranPemasaran,Kualitas PelayananTerhadapKeputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.Vol. 6. No 4, (2017), h. 11-18.

Physical Evidence (Lingkungan Fisik)

Lingkungan fisik adalah keadaan atau kondisi yang didalamnya juga termasuk suasana. Salah satu unsur yang harus didayagunakan oleh organisasi sehingga menimbulkan kenyamanan, tenang dan dapat meningkatkan hasil kerja yang baik untuk meningkatkan kinerja organisasi. Dari ketujuh elemen marketing mix tersebut yang merupakan kunci sukses bagi sebuah usaha (jasa yang bertempat/salon/spa/warnet) diantaranya adalah kelengkapan produk layanan yang siap ditawarkan (*one stop service*), lokasi yang strategis, keramahan dan efektivitas pelayanan, tempat parkir yang memadai, dan fasilitas lain pendukung kenyamanan konsumen.

Difinisi Pariwisata Halal

Wisata halal atau Islami dimulai pada tahun 2000 dengan pembahasan pertemuan OKI. Wisata syariah merupakan tuntutan pariwisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim. Selain itu, wisata syariah adalah wisata yang fleksibel, wajar, sederhana dan seimbang. Tujuan dari wisata ini adalah untuk mendorong wisatawan untuk menerima kebahagiaan dan berkah dari Tuhan. Negara-negara Muslim biasanya memaknai pariwisata berdasarkan apa yang dikatakan Alquran. Bentuk-bentuk pariwisata berikut ini berdasarkan Al-Qur'an.

- a. Hijja (حجة) Ini termasuk perjalanan dan ziarah ke Mekah. Perjalanan ini merupakan persyaratan bagi semua Muslim dewasa yang sehat. Naik haji ke Mekah sekali seumur hidup.
- b. Zejara (زيارة) mengacu pada kunjungan ketempat-tempat sucilainnya.
- c. Rihla (رحلة) adalah perjalanan untuk alasan lain, seperti pendidikan dan perdagangan.

Penekanannya adalah pada gerakan terarah, sebagai komponen dari perjalanan spiritual dalam pelayanan Tuhan. Shari'ah (الشريعة) hukum menentukan apa yang dapat diterima-halal (حلال), dan apa yang tidak diterima-haram dalam kehidupan sehari-hari dan selama perjalanan. Sementara itu, pariwisata halal adalah salah satu konsep yang muncul terkait dengan halal dan telah didefinisikan dalam berbagai cara oleh banyak ahli. Sebagian yang mendefinisikan wisata halal (*halaltourism*). Berdasarkan definisi tersebut, dasar-dasar wisata halal meliputi unsur-unsur seperti makanan halal, transportasi halal, hotel halal, logistik halal, keuangan syariah, paket wisata syariah, dan spa halal.¹⁶

Definisi Wisata Halal

PENULIS	DEFENISI
Battour dan Ismail (2016)	Kegiatan dalam pariwisata yang 'diizinkan Atau dibolehkan' menurut ajaran Islam.
Mohsinet al. (2016)	Penyediaan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim sesuai ajaran agama Islam
Halbase (2015)	Menawarkan paket wisata dan tujuan yang khusus untuk memenuhi pertimbangan dan Kebutuhan muslim

Dilihat dari dua definisi yang diberikan dalam beberapa referensi di atas, definisi pariwisata halal (Halal tourism) dan pariwisata Islam (Islamic tourism) menunjuk pada definisi yang

¹⁶L. Munirah, & Ismail, H. N. Muslim Tourists' Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges. *Proceedings of the Tourism and Hospitality International Conference*. (Malaysia: Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment, 2012), 51

hampir sama dan konsisten dengan ajaran Islam. Namun, penggunaan istilah untuk pariwisata halal dan pariwisata Islam telah menjadi kontroversi. Wisata Islam, kegiatan wisata halal seperti kegiatan “Islami” tertentu atau deskripsi produk).¹⁷

Selanjutnya, istilah "Islam" hanya berlaku untuk hal-hal yang berhubungan langsung dengan keyakinan dan ajaran Islam (misalnya, hukum Islam/Syariah, nilai-nilai Islam, prinsip dan keyakinan, dan ibadah Islam). Meskipun penggunaan istilah pariwisata Islam memberikan kesan bahwa aktivitas dan produk hanya digunakan oleh umat Islam, non-Muslim juga dapat mengkonsumsi produk dan aktivitas wisata halal. Malaysia, yang menggunakan Pusat Pariwisata Islam, sebuah badan penasehat Kementerian Pariwisata. Di Turki, istilah halal holiday digunakan untuk mempromosikan wisata halal. Di sisi lain, Indonesia menggunakan wisata syariah (syariah tourism) untuk mempromosikan pariwisata.

METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan Oktober 2021 selama 3 (tiga) bulan. Penelitian ini dilakukan di kota Banda Aceh, Provinsi Aceh. Dipilihnya lokasi penelitian karena sejauh ini 23 provinsi/kota di Aceh belum sepenuhnya bergerak di bidang wisata halal, dan fokus Disbudpar Aceh saat ini Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kualitatif. Artinya, jenis penelitian yang menggambarkan suatu keadaan atau penelitian yang dilakukan untuk menentukan nilai suatu variabel bebas, baik satu variabel atau

¹⁷G.Kovjanic. Islamic Touris masa Factor of the Middle East. *Turizam*, 18 (1), 2015., 33-43.

lebih, tanpa membuat perbandingan atau hubungan antar variabel tersebut berada di wilayah Banda Aceh.¹⁸

PEMBAHASAN

Strategi dalam Pemasaran *Halal Tourism* (Wisata Halal) di Aceh

Strategi pemasaran adalah rencana pemasaran yang menyeluruh, terpadu dan terpadu yang memberikan pedoman bagi kegiatan untuk mencapai tujuan bisnis melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk dan distribusi, serta tujuan kebijakan dan peraturan. bisnis dan pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu di semua tingkatan, referensi dan lokasi, terutama dalam menanggapi perubahan konstan perusahaan.¹⁹

Dengan menetapkan strategi pemasaran, maka strategi pemasaran wisata halal di Aceh akan digunakan untuk menarik wisatawan lokal dan mancanegara ke destinasi wisata yang ditawarkan melalui iklan, program promosi, penjualan, program produk dan distribusi. Aceh memiliki beberapa peluang dan tantangan dalam pengembangan pariwisata halal. Peluang tersebut, yaitu: 1) daya tarik industri pariwisata dan gaya hidup yang beragam dan sudah berkembang; 2) muslim-*friendly amenities* (hotel, restoran, dll.) sudah mulai berkembang; dan 3) kerjasama dengan organisasi multinasional untuk mengembangkan infrastruktur.²⁰

Beberapa tantangan yang mereka hadapi adalah: 2) keadaan infrastruktur pariwisata dan gaya hidup (standarisasi, sertifikasi, peningkatan kapasitas, dll); 3) tingkat branding dan kegiatan promosi Indonesia sebagai destinasi wisata halal. Diperlukan

¹⁸Aceh Portal. com. Aceh ditetapkan sebagai Destinasi Wisata Halal, Disbudpar Luncurkan Brand Wisata Halal. <https://www.acehportal.com/news/aceh-ditetapkan-sebagai-destinasi-wisata-halal-disbudpar-luncurkan-brand-wisata-halal/index.html>, Diakses, Senin, 18 Januari 2021.

¹⁹ Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 11.

²⁰ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 168.

preferensi masyarakat, enam elemen promosi diperlukan. Dalam hal akomodasi yang mendukung pariwisata halal, DSN MUI melakukan sertifikasi hotel syariah dengan menilai dari sisi keuangan, manajemen, dan restoran (dapur). Hotel syariah juga harus memiliki dua orang DSN sebagai pengawas. Wakil Ketua *Indonesia Halal Lifestyle Center* (Inhalec), menyampaikan bahwa industri wisata halal di Indonesia belum memiliki strategi konkret dalam mengembangkan dan mempromosikan destinasi wisata halal di Aceh.²¹

Salah satu kelemahan yang masih terlihat adalah kurangnya penelitian yang komprehensif untuk menetapkan arah kebijakan, membuat para pemangku kepentingan pariwisata halal berjalan sendiri-sendiri tanpa strategi bersama. Wisata halal adalah salah satu dari enam sektor industri halal prioritas, mengutip peta jalan ekonomi halal Indonesia yang dirilis dalam bentuk dinar oleh Inhalec. Pada tahun 2017, orang Indonesia menghabiskan hingga \$10 miliar untuk perjalanan. Di tingkat global, wisatawan asal Indonesia menempati urutan kelima dalam hal frequent traveler. Inhalec memperkirakan nilai ekonomi industri pariwisata halal akan mencapai USD 18 miliar pada 2025, meningkat 7,7% dari 2017. Sehubungan dengan itu, ada tiga program yang dilaksanakan terkait pemasaran wisata halal di Aceh. Destinasi wisata halal di Aceh dipasarkan sesuai dengan preferensi calon wisatawan. Mempertimbangkan preferensi sangat penting untuk mengakomodasi saluran pemasaran yang berbeda. Konsep ini berlaku untuk turis asing. Misalnya, pelancong dari Timur Tengah lebih memilih tujuan alam untuk alam, rekreasi di resor, dan belanja berlimpah.

Wisatawan Eropa lebih menyukai yang bersifat petualangan, warisan budaya, kuliner dan juga pemandangan alam. Sedangkan wisatawan Asia mirip seperti Indonesia, lebih menginginkan wisata

²¹Wawancara dengan Pimpinan Hotel Mekkah Banda Aceh

religi yang kental dengan budaya, pemandangan, perkembangan Islam *modern* hingga berbelanja; Strategi promosi ada pada *branding, advertising, dan selling*. Upaya agar Aceh bisa mendapatkan penghargaan agar lebih dikenal merupakan salah satu strategi untuk *branding*. Ini membawa pengaruh signifikan pada warga sekitar.

Strategi media melalui advokat, media sosial dan media umum. Agar iklan dapat mencapai sasaran, penyampaian informasi menjadi sangat penting. Sekali lagi, strategi ini biasanya diterapkan secara bersamaan di berbagai wilayah dan negara promosi selama periode penjualan. Pemasaran pariwisata halal disisipkan ketika pemerintah ikut serta dalam pameran pariwisata di luar negeri. Kementerian Pariwisata juga telah mengadopsi Logo dan Logo Pariwisata Halal Indonesia. Terkait dengan strategi pemasaran wisata halal khususnya di Banda Aceh, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh dan Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh melalui Sektor industri kreatif menggelar acara networking untuk memberikan informasi implementasi wisata halal di Banda Aceh. Karena sosialisasi merupakan bagian dari proses pendidikan, maka ada kebutuhan untuk meningkatkan kesadaran pariwisata halal melalui sosialisasi untuk memaksimalkan potensi pasar dan sumber daya yang tersedia. Sosialisasi terjadi di perusahaan hotel, perusahaan kafe, dan pemilik restoran. Selain itu, Dinas Pariwisata juga mensosialisasikan wisata halal kepada operator transportasi seperti ojek online, tukang becak dan perusahaan rental mobil melalui sektor ekonomi kreatif.²²

Selain itu juga dilakukan pertukaran dengan perangkat desa di wilayah metropolitan Banda Aceh, dan perangkat desa dapat memperdalam pemahaman tentang wisata halal yang dikembangkan oleh pemerintah. Ajaran Islam diterima oleh masyarakat luas. Perhatikan bahwa kehidupan sosial masyarakat Aceh yang dikenal

²²Hasil wawancara dengan Pak Rusli PNS Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, tanggal 2 Februari 2021.

sangat dipengaruhi oleh praktik ajaran Islam seperti gaya hidup dan interaksi sosial, memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat di luar Aceh.

Aspek penting dalam implementasi wisata halal adalah adanya sertifikasi halal terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan aktifitas wisatawan karena halal telah menjadi standar global untuk menumbuhkan kepercayaan wisatawan terhadap produk dan pelayanan. Sertifikasi halal sebagai sesuatu yang sangat berkaitan dengan akselerasi program wisata halal di Aceh. Dinas pariwisata Banda Aceh bersama LPPOM MPU Aceh giat melakukan sosialisasi terhadap pelaku usaha pariwisata, terutama pemilik restoran dan rumah makan untuk melakukan sertifikasi halal terhadap usaha mereka agar kepercayaan wisatawan terhadap produk yang disajikan semakin besar. Berdasarkan data bahwa restoran hotel yang telah tersertifikasi halal berjumlah 7 restoran. Sertifikasi ini dilakukan untuk memberi kepastian kehalalan produk makanan yang tersedia di hotel tersebut. Namun jumlah restoran hotel yang telah tersertifikasi masih sangat sedikit dibandingkan jumlah hotel yang ada disekitaran Kota Banda Aceh.

Pertumbuhan halal meningkatkan keyakinan bahwa lebih bersih, sehat dan enak. Selain itu, logo halal juga menjadi representasi pengukuran kualitas suatu produk. Restoran, rumah makan maupun warung kopi yang ada di Banda Aceh yang telah melakukan sertifikasi tidak terlihat mencantumkan logo halalnya di depan tempat usaha, sehingga masyarakat tidak tahu mana usaha yang sudah di sertifikasi dan yang belum tersertifikasi, dan hal luput dari perhatian pemilik usaha. Selanjutnya Burgman juga menjelaskan bahwa sasaran halal bukan hanya dari segmen makanan tetapi untuk yang bukan makanan juga menjadi perhatian. Untuk halal yang bukan makanan termasuk fasilitas akomodasi hotel dan destinasi. Belum adanya lembaga sertifikasi terhadap fasilitas akomodasi maupun

destinasi menjadi kelemahan tersendiri dalam implementasi wisata halal di Banda Aceh.

Strategi cetak dan elektronik, pemasangan signage pada event-event Promosi pariwisata merupakan misi Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh, yang memberikan informasi tempat wisata. Untuk promosi melalui event di Medan, Jakarta dan Malaysia serta bekerja sama dengan komunitas lokal untuk menyebarkan informasi pariwisata Halal di Banda Aceh melalui media sosial. Media sosial dipandang sebagai penentu tingginya tingkat komunikasi dan persuasi dengan calon wisatawan, terutama di kalangan generasi muda. Peneliti mengamati bahwa promosi di website pariwisata yang dikelola oleh Dinas Pariwisata tidak lengkap dan tidak update, dan tidak ada iklan pariwisata halal yang ditampilkan di website.

Sementara itu, pembenahan sarana dan prasarana perlu dilakukan oleh Pemerintah Aceh dan Kota Banda Aceh, agar memberikan akses bagi para wisatawan untuk dapat menikmati pengalaman berwisata yang mengesankan. Fasilitas wisata yang baik akan berdampak terhadap citra wisata halal yang memang sudah menjadi kebutuhan wisatawan muslim, terutama kebersihan tempat yang mereka kunjungi, seperti pembenahan dalam menyiapkan fasilitas terkait kebersihan kamar mandi, toilet dan tempat wudhuk. Semuanya perlu dilakukan untuk memberi rasa nyaman bagi para wisatawan muslim yang berkunjung ke Banda Aceh.

Berdasarkan uraian sebelumnya maka strategi pemasaran wisata halal di Aceh dilakukan dengan 3 program yang dilakukan, yaitu: 1) Konsep pemasaran berdasarkan *destination, origin, time*, 2) Strategi promosi ada pada *branding, advertising, dan selling*. Upaya agar Aceh bisa mendapatkan penghargaan agar lebih dikenal merupakan salah satu strategi untuk *branding*. Ini membawa pengaruh signifikan pada warga sekitar; dan 3) Strategi media, melalui *endorser*, media sosial, juga media umum. Penyebaran informasi sangat penting agar promosi sampai pada tujuan. Strategi ini juga biasanya dilakukan bersamaan ketika masa penjualan

diberbagai daerah dan negarap romosi. Saat pemerintah mengikuti pameran wisata di luarnegeri, ada pemasaran wisata halal yang diselipkan.²³

KESIMPULAN.

Strategi Pemasaran Wisata Halal di Aceh dengan 3 Program,yaitu:a.Konsep pemasaran berdasarkan tujuan, asal dan waktu;b. Strategi promosi termasuk branding, promosi dan penjualan. Upaya memberikan Aceh award dan meningkatkan exposure merupakan strategi branding. Ini memiliki dampak besar pada penduduk setempat.dan c. Strategi media melalui advokat, media sosial dan media umum. Agar iklan dapat mencapai sasaran, penyampaian informasi menjadi sangat penting. Sekali lagi, strategi ini biasanya diterapkan secara bersamaan di berbagai wilayah dan negara promosi selama periode penjualan. Pemasaran pariwisata halal disisipkan ketika pemerintah ikut serta dalam pameran pariwisata di luar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Fitria dan Imam Hidayat. (2017) Pengaruh Bauran Pemasaran,Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Aceh Portal.com.(2021) Aceh ditetapkan sebagai Destinasi WisataHalal, Disbudpar Luncurkan Brand Wisata Halal.<https://www.acehportal.com/news/aceh-ditetapkan-sebagai-destinasi-wisata-halal-disbudpar-luncurkan-brand-wisata-halal/index.html>,
- Allard C.R Van Riel Monroe. (2005). etal. *Marketing Antecedentof Industrial Brand Equity: An Empirical Investigationin Specialty Chemical*. Industrial Marketing Management.
- Baker and Sinkula. (2010) *Product Innovation Management*. (USA: Journal of Market-Focused Management Baker and Sinkula. *Product Innovation Management*. (USA: Journal of Market-Focused Management.
- BPS Aceh dalam Angka (2018) Banda Aceh: BPS.
- G.Kovjanic. (2015) Islamic Touris masa Factor of the Middle East. *Turizam*.
- H.Hamdan, Issa, ZM., Abu, N, dan Jusoff, K. (2013). Purchasing Decision samong MuslimConsumersof Processed Halal Food Products. *Journal of Food Products Marketing*.
- <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/17/11/17/ozg9yw-ekonomi-syariah-seharusnya-sudah-hidup..>
- J. Lexy Moleong. (2006) *Metode Penelitian Kualitatif*: Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Kementrian Pariwisata. (2015). *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- L. Munirah, & Ismail, H. N. Muslim. (2012) Tourists' Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges. *Proceedings of the Tourism and Hospitality International Conference*. (Malaysia: Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment.
- M.Nur, Rianto. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: ALFABETA.
- Philip Kotler & G.Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi12*, Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler dan G. Amstrong. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta; Erlangga.
- Philip Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran Marketing Management (Edisi13)*.USA: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman dan Kanuk.(2001). Riset Perilaku Konsumen. (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Sofyan Assauri. (2007) *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono.(2014) *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ujang Saefullah. (2007). *Kapita Selekt Komuniaksi Pendekatan budaya dan agama*. Bandung; Simbiosis Rekatama Media.
- Z. Samori, MdSalleh, NZ, dan Khalid, MM. (2016).Current Trendson Halal Tourism: Caseson Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspective*.

PENTINGNYA MEDIA BARU DALAM KOMUNIKASI ISLAMI; STUDI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI

Oknita dan Yuliana Restiviani

syahiraokha@yahoo.co.id

Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe

ABSTRAK

Penelitian berjenis kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan hasil penelitian dalam bentuk deskriptif yang merupakan hasil dari wawancara dan observasi. Pada penelitian ini sumber data diperoleh dari dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data skunder. Sumber primer merupakan sumber data pokok yang dapat diperoleh langsung dari objek penelitian. Sementara sumber data skunder adalah sumber data penunjang yang terkait dengan masalah penelitian. Sumber data pada penelitian ini ialah remaja putra dan Putri yang ada di Kota Lhokseumawe dengan jumlah sepuluh orang. Kemudian data skunder merupakan Para orang tua yang ada di Kota Lhokseumawe dengan jumlah lima orang. Teknis pengumpulan data penelitian ini dilakukan wawancara, observasi dengan teknik analisis data secara reduksi data dan penyajian data. Sedangkan teknik keabsahan data penelitian ini dilakukan triangulasi dengan sumberdata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh yang dilahirkan

media HP (handphone) terhadap para penggunakan Ponsel. Melihat dampak positif dan negatif di kalangan remaja. Dalam tulisan ini penulis menggunakan teori Interpesonal Communication. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa kejanggalan remaja dalam menggunakan ponselnya yang tidak selayaknya digunakan. Pada sisi penggunaan remaja menggunakan ponsel tanpa Standar Operasional Prosudur (SOP) sebagai petunjuk awal dalam proses penggunaan. Akhirnya dampak negatif yang diakibatkan oleh ponsel tersebut tidak akan di ketahui seluruhnya, baik akibat tidak baik secara finansial maupun akhlak.

Kata Kunci: Media Baru Komunikasi Islami, Komunikasi Antar Pribadi

PENDAHULUAN

Kemajuan masyarakat dewasa ini secara keseluruhan menghadapi perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, yang sangat mempengaruhi pola pikir masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Fenomena ini menyebabkan masyarakat umum menerima segala macam informasi yang heterogen dan kolektif.

Memang, dengan perkembangan teknologi informasi, orang menjadi cerdas dan memihak dalam mempertimbangkan kehidupan ekonomi, sosial dan budaya mereka. Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan tergantung pada tingkat kecerdasan, kebutuhan, ekonomi, agama dan perubahan sosial lainnya. Kemajuan modern dan perkembangan selanjutnya dalam ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah sikap manusia. Manusia tidak dapat dipisahkan dari kecanduan, dari kebiasaan kecil hingga yang tidak praktis. Seseorang yang kemudian menjadi idola. Apalagi bagi mereka yang ingin mengharumkan nama, kaya dan tidak kaya. Ini

bukan hanya tentang pertunjukan terkenal dan hal-hal yang disengaja. Terutama bagi mereka yang mengadvokasi hedonisme.

Beberapa dari mereka yang bertanggung jawab atas informasi bertujuan untuk menggunakan peluang globalisasi informasi untuk menciptakan citra buruk bagi orang lain dan untuk mempengaruhi publik ke dalam perilaku yang diinginkan. Hal ini bertentangan dengan konsep topik informasi yang dimunculkan dalam komunikasi Islam yang bersifat *Amal Maloof Nahi Munkar*. Beritahu audiens Anda kabar baik dan jalan yang lurus. Perubahan sosial terjadi antara lain disebabkan oleh adanya gagasan atau ide yang disampaikan seseorang atau sekelompok orang lain melalui proses komunikasi, baik langsung maupun melalui media massa. Tidak dapat dipungkiri bahwa pertumbuhan dan perkembangan masyarakat modern saat ini ditandai dengan hadirnya media sebagai sarana komunikasi. Masyarakat modern, dengan banyak aktivitasnya, sangat bergantung pada media yang ada. Perbedaan yang menjadi tolak ukur masyarakat saat ini dan dulu adalah semakin banyaknya dan canggihnya alat komunikasi yang digunakan masyarakat sebagai kebutuhan primer. Dapat dimengerti bahwa masyarakat dulu dan sekarang sangat berbeda dengan sarana dan prasarana modern.

Sebagaimana diketahui dan dalam kehidupan sekarang informasi merupakan kebutuhan primer yang harus didapat oleh seluruh lapisan masyarakat jika tidak ingin tertinggal dan terasing oleh zaman modern. Lambatnya informasi dapat menjadikan masyarakat akan bodoh dan tidak akan dapat mengikuti perkembangan zaman di era globalisasi. Pentingnya alat media atau sarana komunikasi terhadap perkembangan kehidupan tidak bisa dipungkiri, tanpa informasi manusia tidak akan bisa melakukan apa-apa. Namun, dengan berkomunikasi manusia mampu melakukan berbagai hal yang dianggap mereka penting. Dalam aspek pendidikan, sosial dan budaya serta politik juga dipengaruhi oleh informasi yang ada. Melalui media komunikasi semua informasi akan

mudah didapat dan dijangkau tanpa menyita waktu, biaya dan tempat. Perkembangan dunia terkadang dapat memberikan efek positif bagi kemajuan manusia itu sendiri, terutama pada bidang komunikasi. Digitalisasi sebagai bagian dari kemajuan teknologi, memberikan kesempatan bagi lahirnya internet, yang didefinisikan dalam bahasa Inggris sebagai international connection networking. Konsep ini sendiri dapat dimengerti sebagai jaringan internasional yang memiliki hubungan antara satu dengan yang lainnya. Istilah lain yang kita sering dengar adalah globalisasi yang memiliki makna lintas negara (internasional). Internet menjadi bagian integral dari globalisasi yang diakibatkan perkembangan pesat dari teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi seperti *handphone* merupakan hasil dari globalisasi seluruh aspek kehidupan manusia. Salah satu tantangan besar yang harus dihadapi oleh bangsa Indonesia, tak terkecuali oleh mahasiswa di seluruh Indonesia. Berbicara mengenai globalisasi, pikiran kita pasti tertuju pada teknologi informasi dan komunikasi yang bersumber dari ilmu pengetahuan. Jarang sekali mahasiswa mencoba berpikir tentang persoalan kerakyatan, keagamaan, atau bagaimana konsep memajukan bangsa di era globalisasi ini. Remaja suka diundang untuk hiburan dan kepentingan pribadi sementara. Kegiatan Rekreasi. Dengan demikian, pola pikir hedonistik, individualistis menjelma menjadi identitas seorang remaja dengan cita-cita yang tinggi. Kalau dipikir-pikir, penanaman nilai-nilai agama dan moralitas adalah dasar untuk membentuk moralitas suatu bangsa, sehingga siswa Indonesia perlu memperoleh pengetahuan agama. Dan, tentu saja, Anda dapat menghindari efek negatif dari kebebasan teknologi komunikasi. Selain itu, siswa harus kritis dan mengatasi masalah populus secara langsung.

Tidak bisa di sangkal bahwa globalisasi dalam segi teknologi komunikasi mengantarkan para mahasiswa pada kondisi kehidupan dibawah bayang-bayang apatisme, individualisme, materialisme, serta hedonisme global. Media komunikasi dewasa ini dapat

merubah cara berfikir, pandangan umum dan pengambilan keputusan masyarakat dalam bertindak oleh karena itu dilihat perlu sebagai pengguna alat komunikasi *handphone* untuk lebih cerdas dan bijak dalam melihat fenomena yang sering ditampilkan dalam media tersebut. Sesuai dengan peringatan Allah Swt Allah Swt dalam Q.S. Luqman/31: 6, yaitu:

“Dan di antara manusia (ada) orang yang mempergunakan perkataan yang tidak berguna untuk menyesatkan (manusia) dari jalan Allah tanpa pengetahuan dan menjadikan jalan Allah itu olok-olokan. Mereka itu akan memperoleh azab yang menghinakan.

Berdasarkan ayat-ayat di atas, seringkali muncul kekhawatiran besar di luar Islam yang tidak ingin melihat kemajuan Islam. Menerapkan berbagai bentuk metode dan strategi untuk kepentingan orang lain. Penafsiran lain bisa jadi bahwa sekarang ini banyak sekali komunikator yang memberikan informasi yang tidak relevan dan tidak akurat sehingga akibatnya komunikator dan masyarakat umum juga melakukan hal yang salah. Dengan kelemahan dan kemampuan mereka dalam bidang dan ilmu pengetahuannya. Awalnya penggunaan ponsel ini hanya tersedia untuk orang-orang tertentu yang mampu, mengingat harga ponsel saat itu masih sangat tinggi. Tapi sekarang mudah untuk melihat seseorang dengan ponsel di mana saja dan itu adalah pemandangan yang umum. Teknologi komunikasi telah menjadi semakin canggih, membuatnya lebih mudah untuk berkomunikasi dan menjangkau di mana saja di dunia. Termasuk apakah penggunaan ponsel ini mengubah nilai kesantunan dalam berkomunikasi. Dewasa ini banyak sekali sebenarnya jenis-jenis *handphone* yang digunakan masyarakat, dimulai dari harga yang murah sampai pada tingkatan yang mahal. Sebagai alat komunikasi yang semuanya itu dilengkapi dengan *fitur* (perangkat layanan) yang disesuaikan dengan harga *handphone* tersebut. Beberapa tahun yang lalu, keberadaan dan penggunaan *handphone* belum diketahui oleh banyak orang.

Komunikasi yang terjalin pada saat itu ada pada pesawat telepon yang terpasang di rumah, yang tentu saja tidak dapat dibawa. Selain itu, alat telekomunikasi yang digunakan untuk mengirim pesan kepada orang lain di wilayah yang berbeda terbatas pada surat dan telegram itupun membutuhkan waktu yang sedikit lama untuk bisa sampai ditujuan. Setiap orang tidak dapat hidup sendiri, ia harus bisa berinteraksi dengan orang lain yaitu melalui komunikasi. Komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi massa, dll.

Menggunakan teknologi komunikasi, seperti handphone dan internet sebagai alat multifungsi, karena multifungsinya tersebut masyarakat dapat menggunakan teknologi ini secara positif ataupun negatif tergantung setiap individu. Contoh positif dari penggunaan teknologi komunikasi adalah memanfaatkan teknologi ini untuk membantu mereka dalam proses interaksi dengan keluarga, proses ekonomi/perdagangan atau bisnis dan juga proses pembelajaran atau terkait dengan pengembangan dunia pendidikan. Namun, ada beberapa kekhawatiran saat menggunakan teknologi komunikasi di masyarakat: Penggunaan Istilah yang Tidak Pantas. Ponsel mampu menjalin komunikasi jarak jauh dan juga sangat berguna dalam komunikasi antar individu dan kelompok dengan menggunakan berbagai fitur layanan yang disediakan oleh layanan telekomunikasi. Secara umum telepon genggam memiliki keunggulan seperti lebih nyaman, lebih murah, lebih cepat, dan lebih efisien. Saat ini, beberapa orang mungkin merasa canggung untuk melakukan aktivitas tanpa ponsel. Dari bangun tidur hingga bepergian, Anda tidak dapat meninggalkan ponsel cerdas Anda. Ponsel semakin banyak digunakan tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai alternatif gaya hidup, dan ponsel dilengkapi dengan berbagai fungsi (perangkat layanan). Video, Internet, Layar Sentuh (*Touch Screen*). Selain sebagai alat komunikasi, handphone juga menghasilkan berbagai peluang usaha baru, penyedia layanan komunikasi (*provider*), Penjual pulsa retail

dan tentunya penjualan handphone sendiri ini bisa dilihat di pinggir jalan-jalan kota dan desa. Pembangunan harus berdampak besar terhadap lingkungan. Seperti perkembangan komunikasi, seluruh komponen baik politik, sosial, ekonomi ikut mengalami perubahan, seiring dengan adanya revolusi komunikasi. Namun sebagai masyarakat, kita harus pintar-pintar mencegah terjadinya korban jiwa. Menggunakan keterampilan yang diperoleh untuk terhubung dengan orang lain dapat membuat orang kurang peka terhadap kehidupan mereka karena keterampilan komunikasi mereka jika mereka tidak dapat merespons dengan tepat. Kehadiran teknologi informasi telah mengurangi intensitas pertemuan tatap muka dalam organisasi dan komunitas sosial. Teknologi komunikasi telah mengubah pola produksi, konten, pola distribusi, dan pola bacaan khalayak. Produser media massa harus memperhitungkan keberadaan Internet dan media baru. Jika tidak ingin menutup bisnis media, keduanya telah melahirkan media online dan koran digital (e-paper).

PEMBAHASAN

Pengertian Smartphone

Smartphone adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti smartphone. Bagi beberapa orang, smartphone merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, smartphone hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) atau terdapat papan ketik (baik sebagaimana jadi maupun dihubung keluar). Dengan kata lain, smartphone merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon. Pertumbuhan permintaan akan alat canggih yang mudah

dibawa ke mana-mana membuat kemajuan besar dalam pemroses, pengingatan, layar dan sistem operasi yang di luar dari jalur telepon genggam sejak beberapa tahun ini. Belum ada kesepakatan dalam industri ini mengenai apa yang membuat telepon menjadi “pintar”, dan pengertian dari smartphone itu pun berubah mengikuti waktu. Menurut David Wood, Wakil Presiden Eksekutif PT Symbian OS, "Smartphone dapat dibedakan dengan telepon genggam biasa dengan dua cara fundamental, yakni bagaimana mereka dibuat dan apa yang mereka bisa lakukan." Pengertian lainnya memberikan penekanan perbedaan dari dua faktor ini.

Kebanyakan alat yang dikategorikan sebagai smartphone menggunakan sistem operasi yang berbeda. Dalam hal fitur, kebanyakan smartphone mendukung sepenuhnya fasilitas surel dengan fungsi pengatur personal yang lengkap. Fungsi lainnya dapat menyertakan miniature papan ketik QWERTY, layar sentuh atau *D-pad*, kamera, pengaturan daftar nama, penghitung kecepatan, navigasi piranti lunak dan keras, kemampuan membaca dokumen bisnis, pemutar musik, penjelajah foto dan melihat klip video, penjelajah internet, atau hanya sekedar akses aman untuk membuka surel perusahaan, seperti yang ditawarkan oleh BlackBerry. Fitur yang paling sering ditemukan dalam smartphone adalah kemampuannya menyimpan daftar nama sebanyak mungkin, tidak seperti telepon genggam biasa yang mempunyai batasan maksimum penyimpanan daftar nama.

Keinginan untuk meningkatkan kualitas komunikasi akibat mutasi manusia yang meluas membuat manusia membutuhkan alat komunikasi yang menyediakan gambar hidup dengan video, teks, grafik, suara, dan musik. kapan pun. Perkembangan ini terus berlanjut, dan telepon seluler saat ini telah berkembang tidak hanya sebagai teknologi komunikasi, tetapi juga sebagai media multimedia yang dapat memenuhi semua kebutuhan sebagai media penyimpanan, media pemrosesan, dan media transmisi. Ponsel dapat mengirim pesan kepada siapa saja yang memiliki ponsel. Konsep

ponsel telah mengalahkan konsep media massa statis lainnya. Seiring dengan perkembangan zaman dengan digiringnya kebutuhan masyarakat modern yang serba *instant*. Para ilmuwan dalam bidang teknologi informasi tidak tinggal diam dengan mencoba menghasilkan karya-karya terbaik mereka kepada manusia sebagai penguasa dan pemimpin di muka bumi ini. Dengan tuntutan fundamental itu para ahli teknologi mampu memberikan yang terbaik dengan menciptakan *handphone* sebagai jawaban sementara bagi masyarakat modern yang butuh informasi, komunikasi terus menerus dengan jarak dan tempat yang berbeda. Diawali dengan diciptakannya *telephone* rumah oleh Alexander Graham Bell pada tahun 1876. Sebagai ponsel pergerakan pertama yang menggunakan kabel langsung dan kemudian nirkabel, mereka dapat berkomunikasi tanpa batasan menggunakan kondisi jaringan atau sinyal. Perubahan alat komunikasi ini dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Tanpa pandang tempat, usia dan tingkat ekonomi. Semua lapisan masyarakat ini telah merasakan keberadaannya. Semakin maraknya pengguna *handphone* seiring dengan kemajuan teknologi, khususnya di bidang komunikasi. Dalam hal komunikasi, penggunaan telepon seluler pada prinsipnya setara dengan penggunaan telepon rumah. Dalam hal mengirim pesan dan memberikan informasi, Anda hanya perlu menyadari perbedaan mendasar dengan ponsel Anda. Dengan kata lain, Anda dapat membawa ponsel Anda ke mana saja dan berkomunikasi di mana saja. Tidak hanya untuk nada dering, tetapi juga untuk kamera dan Internet.

Ponsel berukuran relatif kecil dan lebih praktis. Ponsel saat ini lebih dari sekadar alat komunikasi, mereka telah menambahkan fitur baru seperti kamera digital dan radio yang membuat berselancar dan mengunduh menjadi nyaman. Tidak menutup kemungkinan suatu saat ponsel akan dapat memonitor layar, sehingga orang dapat melihat secara langsung siapa yang sedang berbicara di ponsel itu adalah alat komunikasi istilah lainnya adalah *mobile device*. Teknologi nirkabel ini telah berkembang pesat selama

dekade terakhir. Teknologi tanpa kabel (*wireless*) ini ditemukan oleh Nikolai Tesla pada tahun 1880 dan diperkenalkan oleh Guglielmo Marconi. Akar dari perkembangan digital *wireless* dan *seluler* dimulai sejak 1940 saat *telephone mobile* secara komersial diperkenalkan. Perkembangan teknologi dan jaringan komunikasi menunjukkan kecenderungan untuk membuat suatu dimensi baru.

Misalnya perkembangan jaringan *telephone* tanpa kabel. Perkembangan tersebut memungkinkan adanya peningkatan dalam pelayanan serta memberikan kemampuan untuk dapat mengontrol segala jasa yang ditawarkan. Memasuki zaman yang modern dan padat informasi, masyarakat mulai mengenal batasan yang sopan ataupun yang tidak sopan. Misalnya dengan menggunakan *hanphone* jika berdering apakah akan segera dijawab, atau menelepon kembali. Jika itu dirasa tidak penting maka hanya perlu dibalas hanya dengan SMS (*Short Message Service*). Di Indonesia sendiri, perkembangan teknologi jaringan telekomunikasi telah melalui beberapa tahapan. Cepat atau lambatnya perkembangan tentu saja tidak terlepas dari peranan pemerintah dalam usahanya memajukan teknologi komunikasi. Teknologi *wireless* yang berkembang pesat saat ini dengan teknologi tanpa kabel diantaranya adalah AMPS (*Advance Mobile Phone Sistem*), GSM (*Global Sistem For Mobil Sistem*), dan CDMA (*Code Division Multiple Acces*).

AMPS (*Advance Mobile Phone Sistem*)

Menurut Hammer (1976) informasi diakui sebagai sebuah komoditi yang dapat dijual, diberikan dikopi, diciptakan, disalahartikan, didistorsikan bahkan dicuri. Secara sederhana, banyak orang yang sudah memahami dan memiliki konsep tentang sifat dan pemilikan informasi yang dahulunya tidak disadari. Informasi merupakan salah satu di antara tiga sumber daya dasar (*basic resources*) selain potensi material dan energi.² Oleh karena itu, seperti halnya materi dan energi, informasi dianggap tidak memiliki kegunaan praktis bila tidak dioperasionalkan, dan informasi hanya

dapat dioperasionalkan melalui komunikasi. Informasi merupakan unsur pokok yang secara implisit melekat dalam konsep pembangunan yang terencana. Kegiatan pembangunan manapun juga hanya dapat berlangsung dan mencapai sasaran bila dalam setiap tahapannya –perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan– didasarkan pada informasi yang memadai. Informasi memang diperoleh melalui kegiatan komunikasi tetapi yang sesungguhnya yang menentukan nilai komunikasi adalah informasi yang dibawanya. AMPS Ini adalah generasi pertama dari teknologi seluler. Sistem ini ditetapkan ke pita 800 MHz. Jaringan ini menggunakan sirkuit terintegrasi yang sangat besar. Sirkuit ini terdiri dari komputer khusus dan sistem switching. AMPS menggunakan rentang frekuensi sistem dari 82 MHz hingga 89 MHz. Teknologi ini ditujukan untuk telepon analog. AMPS tidak menyediakan fitur lain yang biasa digunakan dengan layanan seluler, seperti e-mail dan penelusuran web. Kualitas suaranya tidak bagus dan beberapa masalah teknis telah menghambat sistem AMPS. Karena permasalahan tersebut, sistem ini tidak pernah berkembang bahkan ditinggalkan setelah teknologi digital berkembang.

GSM (Global Sistem for Mobil telekomunikation)

GSM Generasi kedua setelah AMPS. GSM pertama kali dirilis pada tahun 1991 dan mulai dikembangkan pada tahun 1993. Sistem ini telah diadopsi oleh beberapa negara seperti Afrika Selatan, Australia, Timur Tengah dan Amerika Utara. Pesatnya perkembangan GSM disebabkan penggunaan sistem digital. Penyiaran dan penyebaran pesan-pesan agama memiliki kepentingan yang besar terhadap media terlebih dalam konteks masyarakat kontemporer hari ini. dalam banyak hal, bantuan teknologi digital mampu memperluas dan menyempurnakan sejumlah aktivitas sosial-kultural, termasuk aktivitas penyebaran termasuk pesan-pesan agama.

CDMA (*Code Division Multiple Acces*)

Merupakan generasi ketiga (3G), teknologi telepon tanpa kabel. Perkembangannya ditandai pula munculnya berbagai macam jenis telepon selular. CDMA menggunakan teknik penyebaran *spectrum*. Hal tersebut berbeda-beda dengan metode *global system for mobile telecommunication* yang menggunakan *time division multuflexing* (TDM). CDMA tidak memberikan penanda pada frekuensi khusus pada setiap *user*. Setiap *channel* menggunakan *spectrum* yang tersedia secara penuh, percakapan individual akan di *oncode* atau disandingkan dengan pengaturan digital secara *pseudo random*. CDMA merupakan perkembangan dari teknologi AMPS. Teknologi ini pertama kali digunakan oleh militer Amerika Serikat sebagai sarana komunikasi intellegent pada waktu perang. CDMA System ini belum layak didopsi oleh sebahagian besar operator diberbagai Negara. Di Indonesia jaringan CDMA ditempati oleh PT. Mobile-8. Telecom, Telkomflexy dan Esia.

Beberapa Jenis *handphone* berdasarkan fungsi, yaitu:

***Handphone* bisnis**

Jenis ponsel ini ditujukan untuk orang-orang yang ingin memiliki perangkat bisnis mereka dalam jangkauan. Ponsel yang sudah memiliki fitur ini biasanya tergolong *smartphone* (*smartphone*). Ponsel ini mencakup berbagai aplikasi bisnis yang memungkinkan Anda menelusuri dan melakukan pekerjaan kantor di ponsel Anda.

***Handphone* hiburan**

Ponsel jenis ini merupakan ponsel multimedia yang memungkinkan Anda melakukan segala aktivitas yang berhubungan dengan musik, seni, fotografi, sosial dan aktivitas lainnya di ponsel Anda. Banyak ponsel jenis ini memiliki variasi tersendiri, seperti ponsel musik, ponsel kamera, dan ponsel jejaring sosial. *Handphone* fashion. *Handphone* jenis ini lebih banyak mengandalkan

tampilannya, dan dapat membuat pemiliknya sangat puas meskipun dengan fitur yang terkesan sederhana. Tetapi dibalik itu semua, sebuah *handphone fashion* dapat berharga berkali-kali lipat dari harga *handphone* tercanggih. Saat ini, kita memiliki ponsel yang harganya lebih mahal dari harga mobil, ponsel yang harganya bahkan lebih mahal dari harga rumah, ponsel musik, ponsel kamera, dan ponsel jejaring sosial.

***Handphone* standar**

Handphone jenis ini diperuntukan untuk anda yang menginginkan *handphone* yang simpel, fitur yang disematkan dalam ponsel ini merupakan fitur inti, tanpa teknologi baru yang disematkan. Berkomunikasi dengan efektif menggunakan *handphone* merupakan sebuah keterampilan unik, dan jika dikuasai akan menjadikan keberhasilan dalam berkomunikasi secara professional. Dan efektif melalui *handphone* terletak pada diri seorang pengguna alat komunikasi tersebut. Keterampilan ini dapat dikuasai dengan sedikit latihan

Karakteristik Komunikasi Perspektif Islam

Di dalam bukunya Prof. Syukur Khalil dijelaskan, nilai-nilai etika dalam berkomunikasi. Ada empat nilai-nilai etika berkomunikasi menurut *Islam*, yaitu; Bersifat jujur (*fairness*) yaitu tidak menyampaikan hal-hal yang tidak diketahui, adil dan tidak memihak, tidak bertentangan antara ucapan dan perbuatan, serta mempertimbangkan kewajaran dan kelayakan suatu informasi yang disampaikan atau yang disiarkan. Keakuratan informasi yaitu hendaklah informasi yang disampaikan benar-benar akurat, terlebih di teliti secara termat dan seksama. Komunikan harus senantiasa bersikap teliti dan hati-hati dalam menerima informasi, sehingga tidak merugikan orang lain. Firman Allah Swt Q.S Al-Hujarat/49: 6, yaitu:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu

Komunikasi Antarpribadi

Dalam catatan sejarah yang jauh lebih luas para ilmuwan komunikasi telah menempatkan studi mengenai komunikasi antarpribadi ke dalam bidang yang lebih luas mengenai komunikasi dan sebagai fokus studi ke dalam *speech communication*. Komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan *Feedback* yang langsung. Joseph Devito dalam bukunya yang diterjemahkan oleh Agus Maulana yang berjudul Komunikasi Antar Manusia mendefinisikan komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang terjadi di antara dua orang yang mempunyai hubungan yang jelas di antara mereka. Wardani mengemukakan bahwa komunikasi *interpersonal* dapat di defenisikan sebagai komunikasi yang berlangsung secara informal antar dua orang individu. Menurut Arni komunikasi *interpersonal* adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. Pesan mulai dan berakhir dalam diri individu masing-masing komunikasi *interpersonal* mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain.

Handphone Sebagai Saluran Komunikasi Antarpribadi

Remaja melakukan komunikasi antarpribadi melalui *handphone* sebagai mediasinya. Kegiatan ini sering sekali dilakukan oleh mahasiswa dalam kondisi apapun dan dimanapun. Tidak mengingat waktu dan tempat, jika ingin berkomunikasi maka mereka akan langsung saja menelepon seseorang yang mereka anggap

sebagai komunikannya. Dalam setiap kajian keilmuan, tidak bisa dipungkiri seiring berjalannya waktu dan zaman secara otomatis juga akan mempengaruhi perkembangan pemahaman sebuah ilmu pengetahuan. Seperti ilmu-ilmu yang berhubungan dengan *humaniora*, seperti ilmu komunikasi yang mengalami perubahan metode dan cara yang dipengaruhi oleh media. Tak luput pula bagaimana *handphone*.

Sebagai *nirmedia* komunikasi yang dijadikan seorang komunikatornya berhubungan dengan komunikannya.. menurut Prof.Dr. Syukur Kholil bahwa *handphone* merupakan *nirmedia* komunikasi. Pendapat ini beralasan bahwa *handphone* belum memiliki ketegasan yang jelas apakah *handphone* adalah media massa atau media komunikasi antarpribadi. Kegunaan yang ganda ini menyebabkan *handphone* menjadi *nirmedia* komunikasi. Media merupakan perluasan alat indra manusia. Dengan kata lain, kehadiran media dalam komunikasi, merupakan upaya untuk melakukan perpanjangan dari telinga dan mata.

Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*)

Komunikasi diadik adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung secara dua orang. Yaitu seorang adalah komunikator sebagai pengirim pesan dan seorang lagi merupakan komunikannya yang menerima isi pesan tersebut. Oleh karena perilaku komunikasinya adalah dua orang, maka dialog yang dilakukan berlangsung secara intens. Komunikator memusatkan perhatiannya hanya kepada dirikomunikannya. Pada model ini, terjadi komunikasi umpan balik (*feed-back*). Ada pengirim (*sender*) yang mengirimkan informasi dan ada penerima (*receiver*) yang melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan respon balik terhadap pesan dari pengirim (*sender*). Dengan demikian, komunikasi berlangsung dalam proses dua arah (*two-way*) maupun proses peredaran atau perputaran arah (*syclical process*), sedangkan setiap partisipan memiliki peran ganda, dimana pada satu waktu bertindak sebagai

sender, sedangkan pada waktu lain berlaku sebagai receiver, terus seperti itu sbaliknya.

Para remaja saat ini lebih sering melakukan komunikasi diadik melalui *handphone*. Melalui hasil jawaban pertanyaan dalam wawancara keseringan mereka melakukan diadik dengan orang tuanya, dengan gurunya bahkan bersama sahabatnya sekalipun Tergantung dengan tema apa yang akan mereka perbincangkan. Adakalanya tentang uang kuliah, Tanya kabar, kondisi kesehatan dan lain sebagainya. Ponsel adalah jawaban komunikasi antar pribadi yang tepat jika di batasi dengan jarak.

Komunikasi Triadik (*Triadic Communication*)

Komunikasi triadik adalah komunikasi antarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yitu satu orang komunikator dan dua orang komunikannya. Jika A yang menjadi komunikatornya maka B dan C akan memberikan tanggapan sebagai komunikannya dan begitu pula sebaliknya. Jika dibandingkan dengan komunikasi *diadik* maka komunikasi itu adalah yang lebih efektif karena komunikatornya hanya fokus pada satu komunikan, berbeda dengan komunikasi *triadik* dengan memiliki dua orang komunikan yang membuat komunikator memecah perhatian terhadap keduanya. Namun demikian komunikasi antarpribadi *triadik* lebih efektif jika dibandingkan dengan betuk-bentuk komunikasi lainnya seperti komunikasi massa, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi. Karena salah satu keberhasilan komunikasi adalah besar kecilnya pengaruh yang ditimbulkan dalam melakukan pengiriman pesan.

Dalam komunikasi interpersonal, ada pengaruh antara keduanya, dan itu adalah proses yang berkelanjutan daripada peristiwa yang statis. Warga yang menerima informasi atau komentar juga dapat memberikan informasi atau komentar. Artinya Anjansana sebenarnya adalah proses berbagi informasi. Ini bukan hanya tentang bertemu dua orang. Namun, karena fungsi petugas

informasi adalah sebagai agen perubahan. Jadi dia harus menguasai komunikasi. Dengan kata lain, mereka harus menjadi pembicara, bukan pendengar. Selain itu, mereka adalah pemimpin opini yang tugasnya mengarahkan opini publik ke arah yang ditentukan oleh pemerintah. Dalam penelitian ini, komunikasi interpersonal remaja di Kota Loksumawe dipengaruhi oleh telepon genggam sebagai media komunikasi interpersonal. Remaja terlibat dalam komunikasi interpersonal triadik ketika berkomunikasi dengan teman. Melalui program phone conferencing yang mereka miliki, mereka mampu melakukan komunikasi triadik, sungguh “menyenangkan” dibandingkan dengan komunikasi dyadik ketika topik yang dibahas sebenarnya umum dan tidak terlalu penting. Ini hanya persahabatan dan persahabatan.

Komunikasi adalah ilmu yang dinamis, sehingga evolusi gaya komunikasi antarpribadi tentu tidak menjadi masalah. Yang penting adalah bagaimana Anda menyampaikan tujuan komunikasi interpersonal. Yaitu, membangun dan memelihara hubungan interpersonal. Dalam komunikasi interpersonal, ada tiga unsur yang membina hubungan interpersonal yang baik. Kepercayaan, dukungan, dan keterbukaan. Komunikasi interpersonal juga dapat menggunakan media. Komunikasi antarpribadi tidak harus formal, tetapi bisa informal. Kapan dan dimana komunikasi berlangsung tergantung pada konteks dan dimensi ruang dan waktu.

Harus diakui pula bahwa media sangat berperan dalam proses komunikasi antarpribadi, meskipun komunikasi secara tatap muka (*face to face*) masih menjadi barometer utama dalam komunikasi efektif. Namun demikian, media memberikan kontribusi positif dalam membantu efektivitas pada saat waktu menjadi kendala pada era modern sekarang ini. Setelah melakukan observasi terhadap Remaja Lhokseumawe terlihat bahwa mereka sudah melakukan komunikasi antarpribadi melalui ponsel. Dibawah ini merupakan karakteristik komunikasi antarpribadi yang dilakukan objek penelitian saat observasi, yaitu diantaranya.

Komunikasi antarpribadi bersifat dialogis.

Para remaja melakukan komunikasi antarpribadi menggunakan *handphone* merupakan dialogis, walaupun terkadang dialog tersebut tidak bersifat pribadi. Pesan yang di sampaikan oleh komunikator menghasilkan sebuah dialogis. Dalam arti arus balik komunikasi antar komunikator dengan komunikannya terjadi langsung sehingga pada saat itu juga komunikator dapat menerima tanggapan langsung dari komunikannya. Dapat dipastikan akan mengetahui langsung apakah komunikannya positif, negatif dan berhasil atau tidak.

Komunikasi antarpribadi melibatkan jumlah orang yang terbatas.

Dalam setiap melakukan komunikasi antarpribadi remaja melalui *handphone* keterbatasan jumlah orang menjadi ciri khas, mereka hanya melakukan hanya dengan dua sampai tiga orang atau komunikasi diadik atau triadic. Artinya bahwa komunikasi antarpribadi hanya melibatkan dua orang atau hanya tiga orang saja. Jumlah yang terbatas ini akan mendorong terjadinya ikatan intim dengan lawan komunikasi. Komunikasi antarpribadi terjadi secara spontan Terjadinya komunikasi antarpribadi sering tanpa ada perencanaan atau direncanakan. Sebaliknya komunikasi sering terjadi secara tiba-tiba, sambil lalu, tanpa terstruktur dan mengalir secara dinamis.

Komunikasi antarpribadi menggunakan media dan nirmedia

Secara sadar atau tidak komunikasi antarpribadi sering beranggapan bahwa berlangsung secara tatap muka dan langsung. Harus selalu berhadapan secara fisik. Padahal dalam pelaksanaannya yang dimaksud langsung dan tatap muka itu bisa saja melalui media yang sering digunakan seperti HP. Memahami bahwa komunikasi antarpribadi dengan menggunakan media memang masih dalam perdebatan. Tapi sebagai ilustrasinya adalah setiap orang saat ini

dapat melakukan komunikasi antarpribadi dengan orang-orang tertentu tanpa dengan tatap muka. Karena letak dan jarak yang sangat jauh untuk melakukannya maka mereka menggunakan *handphone* dalam melakukan komunikasi secara pribadi. Komunikasi ini sangat dinamis sehingga komunikasi antarpribadi juga akan berkembang, dari mulai yang tidak menggunakan media sampai dengan menggunakan media.

Komunikasi antarpribadi bersifat keterbukaan (*Openness*)

Keinginan untuk menanggapi dengan gembira pengetahuan yang diperoleh dalam perlakuan hubungan manusia, keterbukaan dan keterbukaan sangat mempengaruhi proses hubungan manusia yang efektif. Keterbukaan menunjukkan reaksi kita terhadap situasi yang ada dan menginformasikan tentang masalah komunikasi interpersonal.

Komunikasi antarpribadi bersifat empati (*Empathy*).

Komunikasi antarpribadi menyangkut hubungan manusia dengan manusia, baik hubungan formal maupun non- formal, yang di dalamnya terdapat komunikasi yang berhubungan dengan masalah-masalah pekerjaan, tugas, kedinasan sampai masalah-masalah pribadi sebagai seorang manusia. Dari komunikasi yang demikian akan berdampak pada situasi psikologis, yaitu: kesamaan, perhatian, keterbukaan yang penuh dengan suasana hangat, persahabatan, saling memberi, dan menerima. Merasakan apa yang sedang dirasakan orang lain. Para remaja melakukan “curhat” dengan teman yang lainnya melalui *handphone*. Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung kondusif apabila komunikator menunjukkan rasa empati pada komunikannya. Dapat diartikan juga bahwa empati sebagai suatu kesediaan untuk memahami orang lain. Baik yang nampak maupun yang terkandung dalam perasaan, pikiran dan keinginan seseorang. Individu dapat menempatkan diri dalam suasana pikiran dan perasaan orang lain sedekat mungkin apabila

individu tersebut dapat berempati. Apabila empati tersebut tumbuh dalam komunikasi antarpribadi maka proses komunikasi tersebut dapat berkembang dan tumbuh.

Komunikasi antarpribadi bersifat Dukungan (*Supportiveness*)

Situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Dalam komunikasi antarpribadi diperlukan sikap memberi dukungan dari pihak komunikator agar komunikannya mau berpartisipasi dalam berkomunikasi. Dukungan merupakan pemberian dorongan atau pengorbanan semangat kepada orang lain dalam suasana hubungan komunikasi. Karena itu dengan adanya dukungan dari proses komunikasi maka komunikasi antarpribadi akan bertahan lama disebabkan dengan suasana yang mendukung. Komunikasi antarpribadi bersifat Positif (*Positiveness*) Mahasiswa memiliki perasaan positif terhadap dirinya mendorong orang lain untuk lebih berpartisipasi dan menciptakan situasi komunikasi yang kondusif untuk interaksi yang efektif. Sukses komunikasi antarpribadi banyak tergantung pada kualitas pandangan dan perasaan diri positif atau negative. Pandangan dan perasaan tentang diri yang positif akan melahirkan pola perilaku komunikasi antarpribadi yang positif pula.

Komunikasi antarpribadi bersifat kesetaraan dan kesamaan (*Equality*) Merupakan persamaan sama dengan orang lain sebagai mahasiswa yang tidaktinggikan derajatnya atau rendah. Walaupun terdapat perbedaan dalam kemampuan tertentu. Latar belakang atau hal-hal lain yang membedakan antara komunikator dengan komunikatornya. Artinya tidak menggurui, tetapi berbincang pada sikap yang sama. Memberikan rasa hormat yang akan membawa kelancaran dalam berkomunikasi.

Komunikasi antarpribadi bersifat *My-self Communication*

Komunikasi antarpribadi dimulai dari diri sendiri. Dalam hal ini awal proses komunikasi yang dilakukan remaja adalah persepsi

terhadap teman lainnya, biasanya ketika melihat wanita berjilbab besar maka persepsi pertamanya adalah *akhwat*. Persepsi bukan hanya sekedar rekaman atas objek yang telah tersimultankan pada otak. Persepsi sangat dipengaruhi oleh kebutuhan, kesiapan mental dan suasana emosional.

KESIMPULAN

Komunikasi interpersonal sering dilakukan dengan pertimbangan kekuatan dan kelemahan. Dalam komunikasi, interaksi menjadi transaksi. Pengaruh penggunaan handphone terhadap komunikasi interpersonal pada remaja di Kota Loksumawe. Dampak positif remaja menggunakan handphone sebagai sarana komunikasi jarak jauh dengan orang tua, guru, dan teman. Ponsel digunakan oleh remaja sebagai sarana penyimpanan data. Ini seperti menghafal Quran di ponsel Anda. Ponsel memudahkan remaja untuk meneliti topik tertentu melalui Internet.

Handphone di gunakan remaja memperoleh hiburan seperti *music player*, *video player*, *camera*, *games* dan akses internet. Dampak Negatif Kehadiran handphone mempengaruhi minat membaca, karena mahasiswa menjadi lebih suka bermain handphone dari pada membaca buku. Menurunnya sifat sosial masyarakat, di karenakan individu-individu dalam remaja lebih senang menggunakan media komunikasi Handphone dari pada melakukan komunikasi bertatapapan langsung dengan orang lain. Remaja melakukannya atas nama efisiensi, tetapi dari perspektif sosial, keintiman, terutama dengan keluarga, sangat berkurang. Meningkatnya pencemaran nama baik dan aksi terorisme. Kami sekarang menggunakan ponsel sebagai alat untuk melakukan aksi terorisme. HP juga digunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab sebagai sarana penyebaran video plugar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Amar. 'Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Kesenjangan Informasi: Akar Informasi Dan Berbagai Standarnya'. *Jurnal Dakwah Tabligh* 13, no. 1 2012
- Alfiansyah, Nazaruddin Muhammad. 'Etika Komunikasi Islami Di Media Sosial Dalam Perspektif Alquran Dan Pengaruhnya Terhadap KEUTUHAN NEGARA'. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 4, no. 1 2021
- Ananda, Muhammad Rezky. 'Pemanfaatan Media Baru Untuk Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Dalam Masa Wabah Covid 19'. 2021
- Batubara, Maria Ulfa, Lahmuiddin Lubis, and Syukur Kholil. 'Islamic Communication Pattern of Judges in Dealing Conflict of Muslim Families in the Religious Court Medan'. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences* 2, no. 1 2019
- Daeng, Intan Trivena Maria, N.N Mewengkang, and Edmon R Kalesaran. 'Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado Oleh'. *E-Journal "Acta Diurna"* 6, no. 1 2017
- Handayani, Meni. 'Peran Komunikasi Antarpribadi Dalam Keluarga Untuk the Role of Interpersonal Communication in Family To'. *JIV-Jurnal Ilmiah Visi* 11, no. 1 2016
- Indrawan, Jerry, and Anwar Ilmar. 'Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik'. *Medium* 8, no. 1 2018
- Kogoya, Dekinus. 'Dampak Penggunaan Handphone Pada Masyarakat (Studi Pada Masyarakat Desa Piungun Kecamatan Gamelia Kabupaten Lanny Jaya Papua'. *E-Journal "Acta Diurna"* 04, no. 04 2015

- Lubis, Dina Artika. 'Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Dengan Motivasi Kerja Karyawan PT MMT'. *Jurnal Komunikasi* 3, no. 2 2006
- Muhaemin, Enjang. 'Dakwah Digital Akademisi Dakwah'. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 2017
- Mustofa, Muhamad Bisri, Siti Wuryan, and Rosidi. 'Urgensi Komunikasi Interpersonal Dalam Al-Qur'an Sebagai Pustakawan'. *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya* 11, no. 2 2020
- Saleh, M, ... MU Batoebara - Network, and undefined 2021. 'Urgensitas Teknoreligion dalam pesan-pesan agama melalui teknologi Komunikasi'. *Jurnal.Dharmawangsa.Ac.Id*. Accessed 2021
- 'Teori Komunikaisi Interpersonal 1', n.d.Wijaya, Ida Suryani. 'Komunikasi Interpersonal dan iklim Komunikasi dalam organisasi'. *jurnal dakwah tabligh* 14, no. 1 2013

