

Komunikasi Subkultur Religius NU, Muhammadiyah, Persis, dan Syarikat Islam di Kalangan Pengajar Unisba

¹Septiawan Santana K, ²Nurrahmawati

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung-Indonesia.

E-mail: ¹septiawansantana@gmail.com, ²nurrahmawati10@gmail.com

Abstrak. Indonesia memiliki keragaman kelompok keagamaan Islam, membawa beragam karakteristik budaya komunikasi kelompok keislaman. Dalam komunikasi antarbudaya, hal ini merepresentasikan karakteristik subkultur komunikasi religius dari masing-masing kelompok organisasi keislaman, seperti Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Persatuan Islam (Persis), dan Syarikat Islam (SI). Demikian pula dengan Universitas Islam Bandung (Unisba), yang berstatus sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam yang tidak berasas keorganisasian keislaman tertentu. Para pengajarnya, di antaranya, memiliki keragaman subkultur komunikasi religius keislaman. Penelitian ini mengkaji bagaimanakah subkultur kelompok keislaman melakukan komunikasi antarbudaya di Unisba. Dengan menggunakan observasi dan wawancara sebagai teknik pengumpulan data, penelitian ini mengangkat pemaknaan makrosubjektif (seperti makna norma dan nilai dari misalnya, dalam kajian ini makna budaya keislaman tertentu), dan mikrosjektif (seperti makna ahlak mulia, makna kedewasaan, dan sebagainya). Dari sanalah, penelitian ini merumuskan temuan kategori-kategori dari komunikasi “subkultur” religius dari NU, SI, Persis dan Muhammadiyah, di dalam ruang komunikasi antarbudaya di Unisba. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap individu subkultur kelompok keislaman meluruh ke dalam interaksi ahlakul kharimah keunisbaan, yang bervisi dan misi pengembangan keislaman dalam dunia akademik.

Kata kunci: komunikasi antarbudaya, komunikasi religius, subkultur komunikasi religius

Abstract. Indonesia has a diversity of Islamic religious groups, bringing diverse cultural characteristics of Islamic group communication. In intercultural communication, this represents the characteristics of the subculture of religious communication from each group of Islamic organizations, such as Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Persatuan Islam (Persis), and Syarikat Islam (SI). In addition, the Islamic University of Bandung (Unisba), which the statute as an Islamic higher education institution, is not based on certain Islamic organizations. Unisba lecturers, among them, have a diversity of Islamic organizations subculture. This research uses descriptive method, in Communication Research Method, from the domain of Qualitative Research using “social reality as qualitative data”. This study examines how the subculture of Islamic groups engages in intercultural communication at Unisba. By using observations, and interviews, as a technique of data retrieval, this study raises meaning macro-subjective (such as the meaning of norms and values of for example, in this study the meaning of certain Islamic culture), and micro-subjective (such as the meaning of noble ahlak, meaning maturity, and so on). This study formulated the findings of categories from the religious “subculture” communication of NU, SI, Persis and Muhammadiyah, in the intercultural communication room at Unisba. The result of this research shows that every individual subculture of Islamic group decays into the interaction of Unisba’s ahlakul kharimah, which has a vision and a mission of Islamic development in the academic world.

Keywords: intercultural communication, religious communication, religious

PENDAHULUAN

Universitas Islam Bandung (Unisba), menurut *Sejarah Yayasan Universitas Islam Bandung; Realitas, Tantangan dan Eksistensi* (Safrudin dkk, 2008). merupakan salah satu Perguruan Tinggi Islam Swasta (PTIS) yang didirikan pada 15 Nopember Tahun 1958, berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat. Visi Unisba, menurut Laporan Rektornya (Wiradipradja, 2002); “Menjadi perguruan tinggi Islam terkemuka dan maju, berlandaskan nilai-nilai Islam, pelopor pembaharuan pemikiran dan pelaksanaan kehidupan beragama, dan pembina insan berakhlak karimah yang bermanfaat bagi diri sendiri, umat, masyarakat, bangsa dan negara”. Misi Unisba adalah “Menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, membina kehidupan kampus yang dinamis ilmiah, dan mengembangkan lingkungan fisik dan sosial berlandaskan nilai-nilai Islam”.

Unisba, menurut Wiwitan dan Yulianita (Jurnal *MediaTor* Juni 2017, 1-10), “merupakan Perguruan Tinggi Islam Swasta yang tergabung dalam BKS-PTIS dan tidak dipengaruhi oleh organisasi massa (ormas) Islam mana pun.” Posisi ini merupakan *branding* yang dipegang Unisba, yakni menekankan perguruan tinggi Islam swasta yang tak berkiblat kepada organisasi massa mana pun.

Dalam pada itulah, Unisba menjadi sebuah wadah bagi kader-kader Islam dari berbagai organisasi massa Islam di Indonesia. Berbagai kader yang bergerak, atau memilih aktivitas di jalur pendidikan tinggi. Unisba menjadi sebuah magnet. Magnet itu menarik berbagai kelompok atau aliran – yang dalam hal ini, ialah Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Persatuan Islam (Persis), dan Syarikat Islam (SI) – untuk berakhlakul kharimah antarsesama kelompok, dalam satu tujuan: mengembangkan Islam melalui dunia akademik. Ketika berkomunikasi “trans budaya”, berbagai kelompok keislaman

itu, di Unisba menunjukkan visi dan misinya berdasar “aliran”-keorganisasian Islamnya.

Nahdlatul ‘Ulama

Nahdlatul ‘Ulama (NU) adalah sebuah organisasi Islam di Indonesia. Organisasi ini berdiri 31 Januari 1926 dan bergerak di bidang keagamaan, pendidikan, sosial, dan ekonomi. Tujuan: Keagamaan dan sosial (Islam). Jumlah anggota: 90 juta (2015). Rais Aam Syuriah: Dr.(HC).KH. Ma’ruf Amin. Ketua Umum Tanfidziyah: Dr. K.H. Said Aqil Siradj, MA. Awalnya, ialah Nahdlatul Wathan (Kebangkitan Tanah Air) yang dibentuk pada 1916. Dilanjutkan, pada 1918, dengan didirikannya Taswirul Afkar atau dikenal juga dengan “Nahdlatul Fikri” (kebangkitan pemikiran), sebagai wahana pendidikan sosial politik kaum dan keagamaan kaum santri. Dari situ, berkembang Nahdlatul Tujjar, (pergerakan kaum saudagar), sebuah sarikat untuk memperbaiki perekonomian rakyat. Keberadaan *Nahdlatul Tujjar* itu, membawa *Taswirul Afkar* berkembang menjadi lembaga pendidikan, dengan cabang di beberapa kota.

Berbagai komite dan organisasi tersebut menjadi embrio untuk membentuk organisasi para ulama pesantren yang lebih besar. Untuk itu, pada 31 Januari 1926 (16 Rajab 1344 H), di Kota Surabaya, Nahdlatul Ulama (Kebangkitan Ulama) didirikan, dipimpin oleh K.H. Hasjim Asy’ari (Rais Akbar). Elan pemikiran yang melatarbelakanginya, ialah tradisi keilmuan ulama yang menjadi dasa bagi pergerakan pembaruan pemikiran keagamaan. Para kiai pesantren mendesak berdirinya jam’iyah Nahdlatul Ulama dibentuk. K.H. Hasjim Asy’ari menetapkan kitab Qanun Asasi (prinsip dasar), dan kitab I’tiqad Ahlussunnah Wal Jamaah, menjadi khittah NU, sebagai referensi pikiran dan tindakan sosial, keagamaan dan politik di kalangan NU. Hal itu diejawantahkan ke dalam

anggaran dasar, sebagai berikut: Bahwa “Nahdlatul Ulama sebagai Jam’iyah Diniyah islamiah berasas Islam menurut paham Ahli Sunnah wal-Jamaah.” Ia menganut salah satu dari empat mashab (Hanafi, Maliki, Syafii, dan Hambali). Pengurus besarnya mengambil tempat ibu kota Negara Republik Indonesia.

Pola pikir NU mengambil jalan tengah rasionalis dengan skripturalis. Rujukan tokoh teologi pemikirannya antara lain ialah Abu al-Hasan al-Asy’ari dan Abu Mansur Al Maturidi. Secara fikih, cenderung bermazhab Imam Syafi’i, dengan tetap memberi tempat pada Imam Hanafi, Imam Maliki, dan Imam Hanbali. Pada 1984, NU menggariskan “kembali ke khitah”: meraut kembali warna ajaran ahlusunah wal jamaan, dan berbagai ukuwah pergerakan lainnya, dalam konteks kemasyarakatan dan kebangsaan.

Syarikat Islam (SI)

Tiga tahun sebelum Budi Utomo muncul, Syarikat Dagang Islam SDI didirikan, yakni 16 Oktober 1905, di kota Solo. Organisasi perserikatan ini dicetuskan oleh seorang pemuda Lawean, Solo, asal Klaten, bernama Haji Samanhudi. Ia, yang kini dikenal sebagai salah satu tokoh pergerakan Indonesia, mendirikan organisasi ini untuk tujuan, di antaranya, membangun kekuatan kesadaran pada Bangsa Hindia (pribumi) saat itu guna mengusir kolonialisme Belanda.

Beberapa tahun kemudian, kata “Dagang” dihilangkan, Syarikat Dagang Islam berubah menjadi Syarikat Islam (SI). Warna “Islam” dikuatkan dalam organisasi ini. Dalam pergerakan nasionalisme Indonesia, nama SI kemudian tercatat memiliki banyak aktivitas yang menyumbang akselerasi kesadaran berbangsa di kalangan pribumi Indonesia saat itu. Kehadiran HOS Tjokroaminoto, di kepemimpinan SI, menambah bobot perjuangan pergerakan Indonesia ke banyak momen

di mana pemerintah Hindia Belanda mewaspadainya.

Meski pada awalnya menolak, akan tetapi pada kemudiannya, pemerintah Belanda mengakui SI sebagai organisasi yang berbadan hukum, yakni, pada 10 September 1912. “Kemajuan SI yang pesat saat itu membuat penasehat pemerintah kolonial, Snouck Hurgronje, menulis dalam majalah *Indologen Blad*, meminta pemerintah mewaspadai kebangkitan gerakan Islam ini dan jangan sampai lengah,” Demikian dicatat Alwi Shahab (2008; blogspot). “Setelah HOS Tjokroaminoto duduk dalam pimpinan Syarikat Islam (SI), kemajuan SI makin hebat dengan semangat berkobar-kobar sehingga SI dipandang sebagai ‘Ratu Adil’.

Setelah berbadan hukum pun SI terus bergerak memperjuangkan kemerdekaan. Gerakan SI menimbulkan gejolak tersendiri di kalangan bangsa Belanda di Hindia saat itu. Pada sisi inilah, SI bisa dinilai sebagai organisasi Islam di Indonesia yang terpanjang dan tertua umurnya. Warna keislamannya membawa perjuangan nasionalisme tumbuh sejak jaman Hindia Belanda. “Di bawah pimpinan trio politikus yang terkenal — Tjokroaminoto, Agus Salim, dan Abdul Muis — SI menjadi organisasi massa pertama yang bukan hanya menuntut tapi memperjuangkan kemerdekaan RI,” tulis Alwi Shahab. Sifat nasionalisme SI membawa keanggotaan organisasi tersebar di seluruh Indonesia. Para pemimpin SI pun muncul dari berbagai kepulauan Indonesia.

Syarikat Islam (SI), walaupun menjadi “kelompok (aliran) organisasi yang tidak mempermasalahkan masalah-masalah *furu’iyyah* (aliran fiqih) di dalam Islam”, namun menekankan perhatian pada “masalah akidah-politik dan sosial.”

Persatuan Islam (Persis)

Persatuan Islam (Persis), merupakan organisasi yang memokuskan diri pada pengembangan “budaya”

Islam di masyarakat: “sebagai dampak pemahaman (fikih) terhadap nilai-nilai ajaran Islam yang sakral dan pengutamaan terhadap Al Quran dan Assunah” Persis, menurut berbagai situs internet, didirikan pada 12 September 1923, di Bandung, oleh sekelompok orang yang berminat dalam pendidikan dan aktivitas keagamaan. Pemimpin saat itu ialah Haji Zamzam dan Haji Muhammad Yunus . Persis dibentuk untuk tujuan memberikan pemahaman Islam yang sesuai dengan aslinya yang dibawa oleh Rasulullah Saw dan memberikan pandangan berbeda dari pemahaman Islam tradisional yang dianggap sudah tidak orisinal karena bercampur dengan budaya lokal, sikap taklid buta, sikap tidak kritis, dan tidak mau menggali Islam lebih dalam dengan membuka Kitab-kitab Hadis yang shahih. Oleh karena itu, lewat para ulamanya seperti Ahmad Hassan yang juga dikenal dengan Hassan Bandung atau Hassan Bangil, Persis mengenalkan Islam yang hanya bersumber dari Al-Quran dan Hadis (sabda Nabi). Persis bukan organisasi keagamaan yang berorientasi politik namun lebih fokus terhadap pendidikan Islam dan dakwah dan berusaha menegakkan ajaran Islam secara utuh tanpa dicampuri khurafat, syirik, dan bid’ah, yang telah banyak menyebar di kalangan awam orang Islam.

Muhammadiyah

Muhammadiyah ialah organisasi masyarakat Islam, dalam aktivitas Keagamaan, pendidikan, dan sosial, yang kini memiliki Ketua Umum: Dr. KH. Haedar Nashir, M.Si.

18 November 1912 (8 Dzulhijjah 1330 H), Muhammadiyah dibentuk K.H. Ahmad Dahlan, di Kampung Kauman Yogyakarta. Kegiatannya bermula mefokuskan kepada dakwah, melalui pengajian (Sidratul Muntaha). Pada kemudian, aktivitasnya melebar ke pendidikan sekolah dasar dan sekolah lanjutan – dengan nama awal Hogere School Moehammadijah, lalu Kweek

School Moehammadijah, lalu Madrasah Mu’allimin Muhammadiyah (laki-laki) dan Madrasah Mu’allimat Muhammadiyah (Perempuan) di Yogyakarta.

Pada fase 1912-1923, Muhammadiyah berkembang di berbagai keresidenan (Yogyakarta, Surakarta, Pekalongan, dan Pekajangan). Pada 1925, meluas ke Sumatera Barat. Dan kemudian bergerak ke seluruh Sumatera, Sulawesi, dan Kalimantan. Pada 1938, Muhammadiyah telah tersebar ke seluruh Indonesia.

Berbagai kegiatannya tertuju pengorganisasian pembangunan tata sosial dan kemajuan pendidikan, berbasis keislaman yang dinamis di segala aspek kehidupan. Hal itu, misalnya, muncul dalam butir ke-6 Mukadimah Anggaran Dasarnya, yang menegaskan peran keorganisasian yang bergerak mengembangkan tujuan tersebut. Berbagai hasil bentukan pergerakannya di antaranya ialah pendirian rumah sakit, panti asuhan, dan tempat pendidikan di seluruh Indonesia.

METODE

Berbagai penelitian komunikasi lintasbudaya, menurut West dan Turner (2007:43), mengutip Asante (1987), diketahui dan dipahami melalui pola pemikiran Barat. “Banyak dari kita yang menginterpretasikan kejadian dan perilaku melalui kacamata Eropa (Amerika)”. Implikasinya, di antaranya, memberi bentukan pada pemahaman komunikasi keagamaan/religius (*religious communication*) di dalam bahasan komunikasi interkultural (*intercultural communication*). Bagaimana komunikasi antarkelompok keagamaan diwadhahi komunikasi antarbudaya. Bagaimana persepsi kelompok keagamaan, sebagai subkultur, mengembangkan interaksi sosialnya melalui komunikasi antarbudaya.

Hal ini didasari oleh asumsi bahwa komunikasi adalah kebudayaan.

Setiap kebudayaan memiliki dimensi komunikasi. Dalam hal kultur keislaman di Indonesia, maka dapat dijelaskan bahwa keragaman kelompok keislaman membawa berbagai karakteristik kultur dan komunikasi kelompok keislaman. Berbagai karakteristik tersebut terolah dalam proses persepsi subkultur ketika menjalin komunikasi antarbudaya.

Tersebut, dalam kajian ini, akan diteliti melalui penelitian *deskriptif*, yang menurut Rahkmat, (1985: 34-35), bertujuan di antaranya untuk mengumpulkan informasi aktual secara terperinci untuk menggambarkan gejala yang ada. Fenomena kajian diidentifikasi berbagai kondisi atau perilaku-perilaku sosialnya. Kajian mencoba mengamati apa yang terjadi guna kepentingan dan kebutuhan masa nanti.

“Ciri lain metode deskriptif,” menurut Rahkmat (hlm.35), “pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistic setting*). Peneliti melakukan pengamatan, mencatat berbagai kategori perilaku, mengamati gejala, dan merekamnya ke dalam catatan observasi.

Untuk itu, jenis data yang digunakan dalam kajian ini ialah data kualitatif. Bungin (2007:103-104) menjelaskan dengan sebutan “realitas sosial sebagai data kualitatif”. Realitas subkultur keislaman dalam kajian ini dibahas dalam uraian-uraian yang bersifat subjektif dari sisi narasumber yang dipakai sebagai objek analisis. Pada sisi ini, ranah kuantitatif kuesioner tidak menjadi ukuran validitas. Tatanan subjektif, dari data yang terkumpul, telah memberi aksentuasi kealamiah “realitas sosial” yang cukup signifikan.

Fenomena komunikasi antarbudaya, dalam jenis komunikasi religius, ini dicari melalui pemaknaan, yang menurut Bungin (hlm.105), “dari setiap data yang dapat diungkapkannya”. Dalam strata pemaknaan “makna individu, makna kelompok, makna masyarakat,” ditelusuri bagaimana konstalasi data “konkrit sampai abstrak” di dalam bentukan

“sikap dan perilaku dan tindakan individu dan kelompok” serta bentukan “nilai kelompok masyarakat dan sistim dunia”.

Dari berbagai observasi dan wawancara kemudian diangkat bentukan pemaknaan makrosubjektif dan mikosubjektif. Menurut Bungin (hlm.106), makrosubjektif ialah pemaknaan seperti makna norma dan nilai dari misalnya (dalam kajian ini) makna budaya keislaman tertentu. Makna mikrosubjektif terkait dengan hal-hal seperti “makna ahlak mulia, makna kedewasaan”, dan sebagainya.

Dari sanalah, kajian ini coba merumuskan temuan kategori-kategori dari komunikasi “subkultur” religius dari NU, SI, Persis, dan Muhammadiyah, di dalam ruang komunikasi antarbudaya di kalangan pengajar di Unisba. Berbagai kategori tersebut dibahas di dalam kerangka konstruksi pemaknaan makrosubjektif dari komunikasi keislaman di Indonesia.

Kerangka Pemikiran

Di dalam kebudayaan, tercakup sistem tujuan-tujuan dan nilai-nilai (Soekanto, 1983:21). Nilai ialah ukuran patokan keyakinan banyak orang di suatu lingkup kebudayaan tertentu, tentang yang benar, pantas, dan baik. Krech (1962:346) menyebutnya, meliputi nilai-nilai, norma-norma, kepercayaan yang menjadi dasar perilaku, dan pegangan yang dianggap baik.

Komunikasi interbudaya (interkultur) terjadi, menurut Samovar & Porter & Jain (1981: 4), ketika kontak dan interaksi lintas-budaya berlangsung di sebuah tempat. Komunikasi interbudaya ialah hubungan budaya dan komunikasi antarbudaya.

Kebudayaan

Budaya, menurut Mulyana (2003: 18), dalam ranah komunikasi antarbudaya, merupakan tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hierarki, agama,

waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok. Budaya bukan suatu yang dibawa sejak lahir dan tidak akan terjadi dengan sendirinya, melainkan merupakan sesuatu yang dapat dibentuk melalui proses pendidikan, interaksi sosial dalam suatu masyarakat tertentu.

“Pusat-pusat kota dapat menjadi arena kebudayaan yang menarik di mana komunikasi terjadi antara anggota kebudayaan yang berbeda”, menurut West dan Turner (2007:43), ketika menjelaskan komunikasi lintasbudaya. Budaya ialah sebuah entitas komunitas makna dan sistem pengetahuan lokal bersama (Gonzales, Houston, & Chen: 5; seperti dikutip West dan Turner).

Geertz (1973:4-5), mengutip Clyde Kluckhohn’s di bukunya *Mirror of Man*, mendeskripsikan pendefinisian kebudayaan (*culture*), antara lain:

- (1) “*the total way of life of a people*”;
- (2) “*the social legacy the individual acquires from his group*”;
- (3) “*a way of thinking, feeling, and believing*”;
- (4) “*an abstrac group*”;
- (5) “*a theory on the part of the anthropologist about the way in which a group of people in fact behave*”;
- (6) *a “store-house of pooled learning”*;
- (7) “*a set of standardized orientations to recurrent problems*”;
- (8) “*learned behaviour*”;
- (9) *a mechanism for the normative regulation of behaviour*;
- (10) “*a set of techniques for adjusting both to the external environment and to other men*”;
- (11) “*a precipitate of history*”.

“Religious Communication”

“*Communication is the sine qua non of religion*,” menurut Stout, dalam *Encyclopedia of Religion*,

Communication, and Media (2006: xiii-xiv). Komunikasi merupakan hal esensial di dalam perilaku *prayer, sermons, ritual, and congregational fellowship*. Berbagai kajian komunikasi di dalam soal religiusitas ini membahas bagaimana bentukan komunikasi religius di tatanan *intrapersonal, interpersonal, group, and societal levels of communication into a single resource*.

Di tatanan level intrapersonal, bahasannya tertuju pada komunikasi manusia dengan hal-hal yang bersifat ketuhanan, seperti: *religious experience, sacred in some religious communities, thought communication in religious meditation, justified in some religious circles, reinforce religious customs and values, dan chanting of religious Communications*.

Komunikasi keagamaan mengidentifikasi ritualisasi di berbagai kelompok, seperti *public confession, body decoration in religious groups, the sacred through metaphoric movement, feasts a form of religius, organizational communication of religion*.

Kajiannya juga membahas perhubungan komunikasi kelompok-kelompok keagamaan dari sisi “*inside and outside religious denominations*”. Bahasannya membawa aspek-aspek historis, teknologi, dan kultur keagamaan, seperti: *religion change during the historical transition from orality to literacy, printing contribute to the diffusion of religious values in the world, religious novels grown in popularitas, television considered a religious medium, the Internet affected religious congregations and communities, dan religious media literacy*.

Subkultur “Religious Communication”

Dalam fenomena dunia Islam, Indonesia memiliki berbagai kekuatan subkultur. Bentukannya, antara lain, melalui pengelompokan keorganisasian, seperti NU, Muhammadiyah, Persis, dan

sebagainya. Dalam perkembangannya, tiap pengelompokan merepresentasi kekuatan-kekuatan tertentu,

Berbagai kekuatan pengelompokannya menampilkan eksistensi. Masing-masing membawa subkultur keislaman di Indonesia. Masing-masing membawakan representasi keunikan dan keanggotaan subkultur keislaman. Bila diterakan, masing-masing merepresentasi “pengalaman, latar belakang, nilai-nilai sosial, dan ekspektasi” keislaman tertentu.

Secara keindonesiaan, setiap subkultur keislaman masing-masing kelompok membawakan keberagaman warna kelompok keislaman. Masing-masing berbeda. Tiap subkultur kelompok keislaman memiliki pola persepsi perilaku komunitas yang berbeda.

Dari sana, terlihat ada kultur yang memengaruhi persepsi pengelompokan keislaman. Ada kultur yang memengaruhi perilaku komunikasi kelompok-keislaman. Persepsi dan perilaku komunikasi kelompok-keislaman mereka terbentuk dalam proses dan interaksi budaya kelompok-keislaman tertentu. Bagaimana masing-masing kelompok-keislaman berkomunikasi. Bagaimana masing-masing memformat komunikasi keislaman. Bagaimana bahasa dan gaya, sampai perilaku nonverbal komunikasi keislaman masing-masing kelompok mewarnai keislaman di Indonesia.

Kesemua bentuk komunikasi keislaman-kelompok mereka didasari oleh proses “tanggapan dan fungsi” dari bagaimana kultur keislaman bergerak di sekitar mereka. Respon terhadap kultur keislaman yang menyeruak di sekitar mereka. Mereka memfungsikan potensi kultur keislaman di Indonesia, melalui persepsi subkultur yang mereka kerangka, untuk tujuan dan kepentingan masing-masing. Dari sinilah, terlihat perbedaan seperti Persis dengan NU di dalam berkomunikasi, membawa dimensi kepentingan tertentu, dalam mosaik keislaman di Indonesia.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN “Intercultural Religious Communication” di Unisba

Beberapa narasumber kajian ini, yang juga menjadi sivitas akademika Unisba, melakukan proses belajar interkultural religius keislaman (dengan melakukan catatan, refleksi, dan respon) dengan cara masing-masing ketika menjadi *member* di dalam pranata dan tatanan keuniversitasan di Universitas Islam Bandung – yang dalam kajian ini disebut menjadi “seorang Unisba”.

Mereka membawa muatan subkultur pengelompokan keislaman tertentu, seperti NU, Muhammadiyah, Persis, dan sebagainya. Masing-masing memiliki representasi keunikan dan keanggotaan subkultur keislaman, di dalam “pengalaman, latar belakang, nilai-nilai sosial, dan ekspektasi” keislaman tertentu. Mereka dilatarbelakangi pemilihan pola persepsi perilaku komunitas yang berbeda. Masing-masing dipengaruhi kultur pengelompokan keislaman, perilaku komunikasi kelompok-keislaman.

Ketika mereka masuk ke Unisba, mereka menjadi sosok yang harus membawakan keanggotaan kultur keunisbaan dimana mereka bekerja sebagai sivitas akademik. Kultur keunisbaan mengharuskan masing-masing mereka untuk mengikuti tujuan beserta pranata aturan dan nilai keunisbaan. Dalam hal Unisba, sebagai sebuah universitas yang menetapkan keislaman sebagai domain karakteristiknya, mereka pun harus membawakan warna religius keislaman di dalam perilaku komunikasi masing-masing ketika berinteraksi.

Dalam proses tersebut, mereka melakukan komunikasi religius. Mereka membawa latar belakang subkultur kelompok keislaman, yang menjadi orientasi di dalam kehidupan ahlakul kharimah masing-masing, saat berinteraksi dengan sivitas Unisba lainnya. Mereka membawa subkultur NU, SI, Persis, dan Muhammadiyah.

Mereka memiliki perilaku *prayer* (berdoa), *sermons* (gaya khutbah), *ritual*, dan *congregational fellowship* (gaya pengelompokan) masing-masing. Hal itu terlihat di dalam perilaku *religious communication* mereka di dalam tatanan *intrapersonal* dan *interpersonal*, atau *group* dan *societal levels*.

Secara intrapersonal, mereka membawa warna NU, SI, Persis, dan Muhammadiyah dalam *religious experience*. Mereka memiliki kesakralan (*sacred*) *religious communities* masing-masing. Mereka memiliki *thought communication* dalam *religious meditation* masing-masing. Ketika menjadi sivitas Unisba (“seorang Unisba”), mereka membawa latar belakang *justified in some religious circles, reinforce religious customs and values, dan chanting of religious Communications*.

Mereka juga membawa identifikasi ritualisasi NU, SI, Persis, dan Muhammadiyah, seperti: *public confession, body decoration in religious groups, the sacred through metaphoric movement, feasts a form of religius, organizational communication of religion*.

Dan pada sisi tertentu, mereka juga membawa warna sejarah perkembangan NU, SI, Persis, dan Muhammadiyah di Indonesia, ketika melakukan transliterasi “*inside and outside religious denominations*”, dalam aspek-aspek historis, teknologi, dan kultur keagamaan, seperti: perkembangan dari fase oral ke literasi, pemakaian alat cetak sebagai distribusi religius, atau penggunaan media televisi, internet, dan media literasi religius lainnya.

“Religious Subculture Communication” di Unisba

Berbagai karakteristik dan bentuk mereka masing-masing itu bisa dikatakan membawa subkultur *religious communication* masing-masing. Perilaku komunikasi kelompok-keislaman mereka, ketika di Unisba, berada dalam

dalam proses dan interaksi budaya kelompok-keislaman tertentu. Apa yang memengaruhi masing-masing kelompok-keislaman ketika berkomunikasi. Bagaimana masing-masing kelompok-keislaman memformat *religious communication*. Bagaimana masing-masing kelompok-keislaman memroses bahasa dan gaya komunikasi keunisbaan masing-masing di dalam berinteraksi dengan sesama sivitas.

Hal itu bisa ditelusuri dari berbagai kategorisasi yang didapat dalam kajian studi kualitatif ini. Berikut ini adalah proses pengembangan bagaimana subkultur kelompok keislaman di Indonesia meluruh ke dalam *intercultural communication* yang berdimensi *religious keislaman* di Unisba, sebuah perguruan tinggi Islam di Bandung, Jawa Barat. Prosesnya dijelaskan dalam rangkaian elemen-elemen subkultur komunikasi keislaman (*religious communication*).

Dengan memakai kerangka pengertian *Religious “subkultur” Communication*, bisa dijelaskan, bagaimana mereka masing-masing melakukan *Religious “keislaman” Communication* ketika berada di Unisba. Ini menyebabkan, antara lain, mereka tidak meributkan hal-hal yang terkait dengan perbedaan ritual tertentu.

Hal itu terlihat dari pandangan nara sumber berikut ini.

Apa saja yang dianggap “hal penting” saat mereka berinteraksi dengan sesama sivitas. “Yang paling penting di dalam berinteraksi di Unisba,” menurut seorang narasumber:

adalah memahami dan bertoleransi dengan pandangan orang lain, empati dan responsive terhadap persoalan masyarakat Unisba, berperilaku yang baik dengan orang lain.

Dalam mikrosubjektivitas seperti itu, bisa dielaborasi ke dalam pemaknaan makrosubjektif yang menetapkan keislaman sebagai tujuan utama di

dalam berinteraksi dan perhubungan antarindividu berdasar kosmologi keunisbaan. Unisba menjadi representasi keislaman dari akumulasi harapan berbagai pengelompokan yang menyatu, dan terintegrasi di dalam acuan dunia pendidikan tinggi.

Representasi tersebut muncul dalam variasi pandangan mikrosubjektif. Hal itu misalnya bisa terbaca dalam ungkapan narasumber lain yang menyatakan sebagai berikut:

“Husnuzon (berbaik sangka); Menghargai orang lain dengan segala kelebihan dan kekurangannya; Ungkapkan benar adalah benar, salah adalah salah”.

Representasi itu pula terlihat dalam berbagai upaya keindividualitasan-dari-warna –kelompok-keislaman tertentu yang coba mengintegrasikan diri ke ruang kosmologi keunisbaan. Masing-masing nara sumber, ketika di Unisba, melakukan upaya penyeleksian, evaluasi, dan pengorganisasian stimuli berbagai lambang-lambang keislaman yang dinilai merupakan kultur keunisbaan.

Hal itu terlihat dari bagaimana proses pembelajaran keislaman mereka ketika berada di ruang sosial keakademisan Unisba, sebagai sebuah perguruan tinggi Islam di Indonesia. Satu nara sumber menyerap domain kultur keunisbaan melalui “berbagai media dan proses”, sebagai berikut:

proses pertama, melalui dokumentasi, pedoman. Proses selanjutnya melalui pelatihan-pelatihan, dan pengarahan-pengarahan. Demikian juga lewat lingkungan akademik

Atau, dalam Bahasa nara sumber lain:

Saya melakukan pembelajaran melalui hal-hal positif yang mengembang. Saya juga mencermatinya terhadap

kultur yang membahayakan dari sebuah kebijakan. Atau, dari realitas sosial yang membentuk kultur baru: apa yang positif atau negatifnya, baik atau buruknya.

Tindakan komunikasi mereka merupakan hasil belajarnya terhadap komunikasi keislaman (*religious communication*), dalam proses komunikasi interkultural (*intercultural communication*), yang mereka persepsi ketika berada di ruang lingkup kultur keislaman Unisba. Mereka melakukan pencatatan, refleksi, dan respons terhadap berbagai elemen kultur keislaman keunisbaan.

Komunikasi “subkultur” keislaman NU/SI/Persis/Muhammadiyah mereka berlangsung dalam upaya pengintegrasian, melalui sikap dan perilaku komunikasi persuasif dan emotif yang memakai daya empati yang cukup tinggi dan luas. Berbagai perangkat komunikasi, dari yang bersifat kepunyaan pribadi sampai perangkat normatif yang berlaku di ruang perguruan tinggi keunisbaan, coba dipahami sebagai sebuah medium untuk “peluruhan diri” ke dalam integrasi keislaman Unisba. Pemahaman tersebut yang kemudian menjadi modal dan dorongan untuk melaksanakan tindakan-tindakan komunikasi yang berada dalam kesepahaman keislaman yang ditetapkan dalam visi dan misi Unisba.

Mereka misalnya mencatat beberapa hal penting di dalam “berkomunikasi” di domain kultur Unisba, sebagai berikut:

bahasa yang baik dan mudah dimengerti; menggunakan sarana komunikasi yang ada, seperti handphone, majalah dan sebagainya; lewat diskusi dan seminar; harus santun; besar rasa hormat dan waspada; juga harus memberi manfaat dan kebaikan.

Berbagai energi yang bersifat fisik-

keunisbaan diinternalisasi mereka, di dalam diri masing-masing ketika berada di Unisba, agar menjadi referensi *field and experience communication* mereka. Untuk itu, mereka membuat berbagai “objek” penting di ruang keakademisan Unisba, yang harus dijadikan sebagai tujuan-tujuan komunikasi keislaman, yakni “mengusung dan mengajak pengembangan visi dan misi Unisba”. Berbagai nara sumber misalnya menyatakan bahwa orientasi keislaman mereka di Unisba tertuju pada objek-objek sebagai berikut: “lingkungan akademik, perpustakaan, masjid, bina infak di mahasiswa, fasilitas pengembangan ilmu.”

“Kejadian sosial” yang dianggap penting di Unisba dtelaah berdasarkan “Kajian keumatan, kajian ke-Islaman, kajian politik, hukum, psikologis dan komunikasi.” Kajian tersebut digunakan untuk menangkap berbagai kejadian sosial yang kerap terjadi di Unisba, yakni “demonstrasi mahasiswa, acara milad Unisba, tamu-tamu penting yang datang ke Unisba.”

Berbagai kejadian sosial, yang dalam hal ini bersangkutan dengan kejadian-kejadian keislaman dari ruang pendidikan tinggi Unisba, berada dalam spektrum positif (membawa harum pencitraan Unisba di masyarakat, misalnya), atau spektrum negatif (membawa nama buruk bagi Unisba sebagai perguruan tinggi Islam di masyarakat). Kedua spektrum ini dinilai oleh para narasumber terkait dengan “kepekaan” atau “kekurangpekaan” sivitas Unisba terhadap orientasi-orientasi keislaman yang baik dan buruk yang terjadi di masyarakat. Contoh, orientasi keislaman yang buruk, yang harus diwaspadai dan dihindari, bahkan ditanggulangi, ialah “nilai dan kultur sesat secara Islam” yang tengah berlangsung di masyarakat, seperti “budaya pakaian maksiat”.

Untuk fenomena seperti ini, para narasumber amat berharap, dan menggantungkan orientasinya kepada

para pemimpin di berbagai lini dan sektor di Unisba agar mewaspadai, mencermati, dan menyiapkan Unisba tidak terjatuh ke dalam gerakan persuasi nilai-nilai “sesat” di masyarakat. Mereka sangat meminta agar Unisba tidak berada dalam “kesesatan” dari nilai-nilai kultur religi yang bertentangan dengan keislaman.

Setelah sekian tahun menjadi sivitas Unisba, mereka pun melakukan internalisasi sosio-kultural keunisbaan ke dalam keyakinan, nilai, sikap, pandangan hidup masing-masing. Mereka memandang berbagai persoalan sosial kemasyarakatan, bahkan pemerintahan, berdasar persepsi keislaman keunisbaan mereka.

Berbagai “Status Sosial” yang terbentuk di Unisba, mereka sadari berasal dari lingkungan yang beragam, dalam gambaran-gambaran nilai-nilai yang bersifat: “egaliter, toleransi, empati”. Keadaannya, menurut salah satu nara sumber, “sangat memprihatinkan terutama terhadap budaya cenderung duniawi”. Hal ini bila tidak disadari dan diwaspadai akan bisa berdampak “pada persaingan dalam kehidupan ekonomi, dan persaingan kebutuhan.”

Untuk itu, mereka berada dalam upaya pengelakan terjebak dalam dorongan tersebut. Mereka pun mencari alokasi keyakinan yang dapat menjadi tambahan bersama dalam membangun kebersamaan.

Hal itu kemudian mereka alokasikan ke dalam “keyakinan-keyakinan” mikrosubjektif yang harus menjadi pemahaman keindividualan-subkultur-keislaman mereka. Mereka terapkan berbagai keyakinan itu pada bentukan-bentukan nilai dan norma keislaman, seperti tidak boleh musyrik, tidak boleh bid’ah, atau berlandaskan nilai-nilai teologis keislaman. Semua itu mereka gabungkan dengan nilai dan sikap sebagai pekerja dari sebuah perguruan tinggi keislaman yang menginginkan Unisba menjadi maju dan berkembang. Untuk itu, mereka tetapkan nilai dan

sikap pekerja umat Islam yang berada dalam dimensi-dimensi sebagai “ikhlas, optimis dan kerja keras”.

Mereka angkat berbagai nilai-nilai subkultur keislaman mereka ke dalam regulasi keislaman Unisba yang memfokus pada dimensi-dimensi seperti “Al-Quran dan Al-Hadis, hasil Ijtihad, penemuan-penemuan ilmiah, serta visi dan misi Unisba.” Dalam hal ini pun, mereka berada dalam spektrum orientasi sikap dan nilai seorang pekerja Unisba yang “jujur, amanah, ihlas, tanggung jawab dan kerja keras”, di dalam upaya mencapai pergerakan keislaman berdimensi keunisbaan tadi.

Untuk itu pula mereka mencari dan menetapkan sikap-sikap pengintegrasian subkultur-keindividualan-kelompok-keislaman masing-masing ke dalam kosmologi keislaman yang menjaga “marwah” Unisba, seperti “menghargai perbedaan aliran dan paham, toleran terhadap perbedaan pendapat, cinta kepada Islam, dan suka kepada ideologi negara dan bangsa, peka terhadap realitas sosial masyarakat Unisba.”

Dalam bentukan subkultur-keislaman-keakademisan yang mereka patok, dan dijadikan acuan, bagi perkembangan diri sebagai *member* di pengelompokan sivitas akademika Unisba, mereka menyatakan bahwa nilai dan orientasi dan sikap yang harus dikedepankan ialah “Senang berbuat baik, Puas dengan membantu orang lain, Senang menambah wawasan, Menghormati pemikiran orang lain.”

Dalam orientasi makrosubjektif, para nara sumber menegaskan bahwa sivitas Unisba berada dalam dimensi-dimensi sebagai berikut: “tidak sekuler, tidak liberal, cenderung moderat, aktif dan positif mengonsep bagaimana Unisba lebih maju, dan bertujuan citra Unisba harus lebih baik.” Dari sana, para sivitas pun berani untuk menjadikan subkultur keislaman individunya berbuat “adil, hemat (efektif dan efisien), serta harus merasa memiliki secara positif.”

Perbedaan latar belakang dari keragaman kultur kelompok (aliran) harus disikapi dengan pemahaman hendak “mengembangkan *ruhuddin* keislaman.” Masing-masing anggota kultur kelompok-keorganisasian Islam saling berinteraksi dan berkomunikasi berdasar tujuan tersebut.

Demikianlah, beberapa elemen subkultur keislaman yang terdapat di Unisba, saat beberapa penghuni subkultur “kelompok” keislaman berkomunikasi “trans budaya”.

SIMPULAN

Bila dirangkum dalam kesimpulan, mosaik persepsi subkultur keislaman itu, adalah sebagai berikut:

- (1) Komunikasi “subkultur” keislaman para pengajar perguruan tinggi Islam, secara makrosubjektif, memiliki dimensi persuatif dan emotif yang berdaya empati.
- (2) Berbagai tindak komunikasinya menginternalisasi sosio-kultural keislaman yang ditetapkan visi dan misi perguruan tinggi Islam,
- (3) Berbagai “keyakinan” mikrosubjektif para pengajar di perguruan tinggi Islam, Unisba, meluruhkan keindividualitasan subkultur keislaman ke dalam nilai dan sikap pekerja yang hendak mengembangkan lembaga pendidikan menjadi maju dan berkembang.
- (4) Mereka mencari dan menetapkan sikap-sikap pengintegrasian subkultur-keindividualan-kelompok-keislaman masing-masing ke dalam kosmologi keislaman yang menjaga “marwah” perguruan tinggi Islam.

Temuan makrosubjektif dan mikrosubjektif tentang para pengajar di perguruan tinggi Islam ini diharapkan menjadi salah satu pijakan asumsi bagi pengembangan kajian komunikasi budaya keislaman. Pengembangan dialokasikan pada minimnya kajian

mengenai komunikasi budaya keislaman di ranah subkultur organisasi massa keislaman di dalam konteks-interaktif di lingkungan perguruan tinggi Islam di Indonesia. Kajian dapat dikembangkan ke berbagai dimensi sivitas akademika di perguruan tinggi Islam, bisa pula ke ranah nomenklatur budaya keorganisasian keislaman di Indonesia yang memiliki keragaman, atau ke pengembangan adab dan kultur akademis (atau manajemen) perguruan tinggi Islam di pelebaran wacana globalisasi dan industrialisasi dalam orientasi *westernization*. Kajian *Kualitatif* yang antara lain menekankan unsur *why* dan *how* diharapkan akan menjelaskan bagaimana kontur komunikasi religius keislaman di Indonesia bila diperspektif secara komunikasi antarbudaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, HM Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif. Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Geertz, Clifford. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books, Inc., Publishers
- Krech, David, et al. 1988. *Individual in Society : A Text Book of Social Psychology*, Singapore : McGraw Hill International Editions.
- Muhammadiyah, <https://id.wikipedia.org/wiki/Muhammadiyah>, diakses 6/26/2017 1:09:32 PM
- Mulyana, Deddy. (2003). *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nahdlatul ‘Ulama, https://id.wikipedia.org/wiki/Nahdlatul_%27Ulama, diakses 6/26/2017 1:09:32 PM
- Persatuan Islam, http://id.wikipedia.org/wiki/Persatuan_Islam, diakses Desember 2009
- Rahkmat, Jalaluddin. (1985). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.
- Safrudin, Irfan; dan Ramlan Sasmita, Odang Muchtar; Adang S Tsaury. (2008). *Sejarah Yayasan Universitas Islam Bandung; Realitas, Tantangan Dan Eksistensi*. Bandung: Yayasan Universitas Islam Bandung.
- Samovar, Larry A., & Richard E. Porter, & Nemi C. Jain. (1981). *Understanding Intercultural Communication*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- Sekilas Sejarah Pemuda Persatuan Islam, <http://pemudapersis-regol.blogspot.com/>, diakses Desember 2009
- Soekanto, Soeryono. (1983). *Pribadi dan Masyarakat : Suatu Tinjauan Sosiologis*. Bandung: Alumni.
- Stout, Daniel A. Editor. (2006). *Encyclopedia Of Religion, Communication, and Media*. New York: Routledge, 270 Madison Avenue, NY 10016
- Syarikat Islam, <http://alwishahab.wordpress.com/2008/07/16/syarikat-islam/>; diakses Desember 2009
- Syarikat Islam, <http://syarikat-islam.blogspot.com/>, diakses Desember 2009
- West, Rrichard and Lynn H. Turner. (2007). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. USA: McGraw Hill.
- Wiradipradja, Saefullah. (2002). *Laporan Rektor Milad ke 44 UNISBA, 26 Sya’ban 1423 H / 2 Nopember 2002 M*. Lihat juga H. Odang Muchtar, Drs. (2008), “... Yang Istiqomah Di Unisba”; Tulisan menyambut “70 Tahun Prof. Dr. H.E. Saefullah Wiradipradja, SH., LL.M.”
- Wiwitan, Tresna & Yulianita, Neni. (2017). “Strategi ‘Marketing Public Relations’ Perguruan Tinggi Islam Swasta: Peluang dan Tantangan di Era MEA.” *Jurnal Komunikasi MediaTor* Vol 10 (1), Juni 2017, 1-10. Hlm 2.