

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Istilah Islam moderat sering dipopulerkan oleh mereka yang fokus dalam gerakan pembaharuan dakwah Islam. Istilah ini pada awalnya sering kali digunakan oleh ulama-ulama guna memberikan pencerahan kepada umat Islam tentang ajaran Islam yang aktual, progresif, relevan dan tidak ketinggalan zaman. Walau saat ini terkesan istilah tersebut mengalami pergeseran makna,, namun istilah Islam moderat dianggap cukup mampu membersihkan nama besar Islam saat ini. Citra Islam yang tadinya banyak dicemari oleh ulah oknum intoleran tertentu, terklarifikasi dengan dakwah muslim moderat yang bersahabat, santun dan juga ramah.

Bagi mahasiswa, perguruan tinggi adalah sebuah wadah untuk segala potensi dan juga tempat kebebasan dalam berekspresi, sekaligus tempat penempatan calon pemimpin bangsa masa depan bangsa yang memang dituntut selalu dinamis. Pada usia itu pula, mereka banyak mencari orientasi akan masa depan, maka mereka membutuhkan fasilitas untuk dapat menunjang prinsip dan pencarian jati diri yang sedang dicari. Perbedaan paham dan juga pemikiran pada mahasiswa adalah sesuatu yang biasa, itu disebabkan karena kampus adalah zona bebas berpikir dan berpendapat yang sesuai dengan mutu pendidikan perguruan tinggi, dan itu juga didukung dengan adanya kelompok-

kelompok kajian baik keilmuan maupun keagamaan. Masa-masa menjadi mahasiswa adalah masa otonomi berpikir, proses pematangan yang lebih progresif dan penemuan identitas dan pengenalan terhadap diri. Namun perlu diingat, masa-masa menjadi mahasiswa dan dunia kampus adalah waktu dan tempat membaca konstruk masyarakat Indonesia seperti apa yang terbaik untuk kolektivitas kita sebagai bangsa plural, dan sebagian mahasiswa mungkin sering lupa akan esensi ini (Murtadlo, 2019).

Permasalahan serius yang perlu diperhatikan dari mahasiswa di perguruan tinggi, terlepas dari konteks radikalisme agama atau bukan, adalah lahirnya sikap eksklusivisme yang muncul dari dunia kampus. Mahasiswa mulai tidak inklusif baik itu karena paham keagamaan atau karena larut dalam era global yang begitu kuat meracuni pemikiran tentang doktrin liberalismenya yang jauh dari nilai-nilai kemanusiaan. Sikap eksklusif akan melahirkan sikap egoistik yang mengabaikan kebersamaan. Ini lebih parah kalau sikap eksklusif justru disebabkan oleh paham keagamaan. Karena sikap eksklusif dan berfikir sepihak sesungguhnya telah mengingkari mahasiswa sebagai kelompok yang terbuka dan bersinggungan langsung dengan segala macam perbedaan di kampus. Bukankah universitas merupakan simbol dan tuntutan para mahasiswa untuk berpikir lebih universal (Murtadlo, 2019).

Oleh karena itu, problem yang sangat mendasar bagi mahasiswa saat ini adalah bagaimana proses interpretasi, implementasi dan juga internalisasi pesan-pesan keberagaman yang diharapkan akan melahirkan paham keagamaan yang inklusif di tengah masyarakat, yang dikenal dengan pemahaman yang moderat. Konotasi moderat dalam beragama sendiri adalah

sikap yang tenang, seimbang, konsisten dan juga mengambil jalan tengah dalam segala urusan agama dengan tidak menambah-nambahkan atau mengurangi. Dengan maksud, mengikuti ajaran beragama Islam yang sesuai dan benar, dikuatkan oleh nalar, yang sesuai dengan fitrah manusia serta nyata dalam kehidupan manusia baik dari tindakan, ucapan dan juga kata hati yang sejalan dengan ajaran yang bersumber dari al-Qur'an dan juga Hadis (Bahrudin, 2017).

Universitas Negeri Jakarta (UNJ) sebagai universitas negeri tertua di Jakarta, menjadikan UNJ memiliki banyak keragaman di dalamnya, termasuk keragaman akan gerakan-gerakan keislaman, baik intra maupun ekstra kampus yang secara langsung maupun tidak langsung sangat mempengaruhi pola pikir dan juga pengetahuan keberagaman para mahasiswanya. Dengan dinamika keberagaman mahasiswa di UNJ yang bersifat nasional sangat berpeluang untuk disusupi oleh kelompok-kelompok tertentu untuk menyemaikan pemahaman-pemahaman eksklusif tentang keberagaman. Temuan-temuan tentang adanya gerakan dakwah keislaman di UNJ yang diduga berafiliasi dengan paham politik khilafah dari laporan penelitian Ahmad Hakam pada 2019 lalu, membuat sedikit kekhawatiran akan berkembangnya paham radikalisme yang jika terus berlanjut dapat merusak martabat esensi perguruan tinggi negeri yang plural. Dengan pengamatan secara langsung kehidupan beragama para mahasiswa UNJ khususnya di Fakultas Ilmu Sosial, peneliti menemukan tentang adanya kelompok non agamis yang membatasi pergaulannya dengan kelompok agamis atau sebaliknya (Hakam, 2019). Temuan lain banyaknya mahasiswa muslim yang tidak menjalankan sholat lima waktu secara tertib.

Menurut peneliti tindakan-tindakan seperti ini refleksi dari sebuah ketidakberimbangan dalam sosial dan juga beragama.

Berkaitan dengan pengaruh paham eksklusif dalam paham keagamaan di kalangan mahasiswa di perguruan tinggi yang belakangan ini menyeruak, khususnya di UNJ. Maka MATAN (Mahasiswa Ahli Thoriqoh al-Mu'tabaroh an-Nahdliyyah) sebagai organisasi kemahasiswaan yang menjunjung tinggi intelektualitas, kearifan, spiritual serta moderasi Islam. Maka peneliti tertarik untuk membahas lebih jauh tentang strategi-strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh MATAN UNJ sebagai agen *wasathiyah* dalam mempromosikan Islam Moderat, yang diharapkan dapat menekan pergerakan pemahaman eksklusif di kalangan mahasiswa dan juga dapat memberikan pengertian-pengertian yang inklusif tentang pemahaman keislaman yang sejalan dengan nilai-nilai agama yang moderat, dengan ciri ke-*tawazun*-an dalam pengimplementasian beragam, ke-*tasamuh*-an dan ke-*Tahadhdhur*-annya dalam interaksi sosial dan

## B. Identifikasi Masalah

1. Lahirnya sikap eksklusivisme yang muncul dari dunia kampus. Mahasiswa mulai tidak inklusif baik itu karena paham keagamaan atau karena larut dalam era global yang begitu kuat meracuni pemikiran tentang doktrin liberalismenya yang jauh dari nilai-nilai kemanusiaan.
2. Adanya gerakan dakwah keislaman di UNJ yang diduga berafiliasi dengan paham politik khilafah.
3. Adanya kelompok non agamis yang membatasi pergaulannya dengan kelompok agamis atau sebaliknya di UNJ.

4. Banyaknya mahasiswa muslim yang tidakimbang dalam menjalankan kehidupan sebagai manusia beragama (tidak menjalankan sholat lima waktu secara tertib).

### C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini difokuskan kepada penggalian data mengenai strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus MATAN UNJ kepada anggota MATAN UNJ serta efeknya dalam mempromosikan atau memperkenalkan ajaran-ajaran tentang Islam moderat dengan ciri sikap *tawazun* (berkeseimbangan), *tahadhdhur* (keberadaban), *tasamuh* (toleransi).

### D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi persuasif pengurus MATAN UNJ kepada anggotanya dalam mempromosikan Islam moderat?
2. Apa efek dari strategi komunikasi persuasif pengurus MATAN UNJ kepada anggotanya dalam mempromosikan Islam moderat khususnya dalam sifat *tawazun* (keberimbangan), *Tahadhdhur* (keberadaban) dan *tasamuh* (toleransi)?

### E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif MATAN UNJ kepada anggotanya dalam mempromosikan Islam moderat.
2. Untuk menganalisis apa efek dari strategi komunikasi persuasif MATAN UNJ dalam mempromosikan Islam moderat dalam sifat *tawazun* (keberimbangan), *Tahadhdhur* (keberadaban) dan *tasamuh* (toleransi).

## F. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu komunikasi dan mengembangkan teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach yang diterapkan oleh pengurus MATAN UNJ dalam mempromosikan Islam moderat (sifat *tawazun*, *Tahadhdhur* dan *tasamuh*) kepada anggotanya.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Untuk dapat mengaplikasikan sikap *tawazun*, *tahadhdhur* dan *tasamuh* dalam kehidupan sosial beragama dengan koridor ajaran Islam moderat (Islam *rahmatan lil alamin*).
- b. Dapat dijadikan bahan evaluasi bagi lembaga dan juga gerakan keislaman lainnya khususnya Prodi PAI UNJ, yang memang memiliki corak visi kemoderatan Islam yang sejalan dengan MATAN UNJ dalam strategi komunikasi yang telah diaplikasikan selama ini.
- c. Dari penelitian ini dapat teridentifikasi yang mungkin menjadi penyebab polemik-polemik nasional tentang paham keberagaman yang ditinjau dari segi ilmu komunikasi dan strategi komunikasi persuasif.

## G. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan ditulis secara deskriptif naratif. Penelitian ini, dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta, dengan subjek penelitian MATAN UNJ ditinjau dari strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh para pengurusnya dalam mempromosikan ciri Islam moderat yakni *tawazun*, *tahadhdhur* dan *tasamuh* kepada para anggotanya, sebagai objek utama penelitian ini.

Peneliti melakukan penggalian data berupa bagaimana pengurus MATAN UNJ melakukan proses komunikasi persuasif kepada anggotanya dalam mempromosikan ciri sikap kemoderatan dalam beragama tersebut kepada para anggotanya yang ditinjau melalui teori strategi komunikasi persuasif milik Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball Rokeach.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses penelitian hal yang terpenting adalah pengumpulan data yang terkait dengan topik penelitian, untuk itu peneliti membagi teknik pengumpulan data menjadi dua bagian, yaitu primer sebagai data utama dan data sekunder sebagai data pelengkap:

### a. Data Primer

Penggalian data yang utama dalam penelitian ini adalah melakukan wawancara mendalam kepada beberapa narasumber atau *key informan* mereka adalah Arip Suprasetio, sebagai ketua organisasi MATAN UNJ, Ibnu Majah S. Ag sebagai wakil II MATAN UNJ, Ilham Khairul Akbar sebagai wakil kepala divisi PSDM MATAN UNJ, Raden Siri Nurlela sebagai sekretaris

MATAN UNJ, Syaiful Maarif, Qibtiyah Salsabilla dan Teguh Saputra sebagai anggota aktif MATAN UNJ.

Wawancara dilakukan via telepon dan *chat* Whatsapp dikarenakan pada saat penyusunan skripsi ini sedang terjadi pandemi Covid-19, dengan kebijakan *social distancing* atau himbuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dari pemerintah, yang mengharuskan penjagaan jarak sehingga wawancara dengan narasumber tidak bisa dilakukan tatap muka secara langsung.

b. Data Sekunder

Dengan adanya pandemi Covid-19 yang sedang mewabah, data sekunder yang seharusnya dilakukan dengan cara observasi langsung dengan cara mengikuti program-program kegiatan MATAN UNJ. Namun, bergeser dari target rencana menjadi observasi melalui media sosial MATAN UNJ Instagram @pkmatanunj, Facebook MATAN UNJ, *website* NU *Online* serta jurnal-jurnal terkait dengan MATAN, Islam moderat dan juga strategi komunikasi persuasif lainnya.

3. Pengolahan Data

Data yang sudah diperoleh dari hasil wawancara dengan para narasumber dan hasil observasi dari berbagai media sosial MATAN UNJ, NU *online* dan jurnal-jurnal yang terkait dengan penelitian ini diolah dalam

bentuk naratif deskriptif dan diperkuat dengan kutipan hasil wawancara bersama narasumber.

a. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, analisis data dilakukan sejak saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data selesai dalam jangka waktu berkisar dari bulan Januari 2020 hingga Juni 2020. Pada saat wawancara berlangsung. Peneliti mencoba menganalisis langsung data dari hasil wawancara terhadap jawaban-jawaban yang diuraikan oleh narasumber dalam penelitian ini dan menghubungkannya dengan teori-teori yang sudah ditetapkan, agar hasil dalam analisis data tetap dalam batasan dan koridor penelitian ini.

b. Pengumpulan Data

Pada tahap ini peneliti melakukan wawancara mendalam kepada beberapa narasumber atau *key informan* mereka adalah Arip Suprasetio S. Ag, Ibnu Majah S. Ag kepada beliau-beliau peneliti banyak memberikan pertanyaan-pertanyaan fundamental terkait apa, bagaimana, media apa yang digunakan, apa hambatan-internal maupun eksternal dalam mempromosikan Islam moderat dan sikap *tawazun*, *tahadhdhur* dan juga *tasamuh* kepada para anggota MATAN UNJ, yang tentunya itu menggunakan acuan dari teori utama yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, yakni teori strategi komunikasi persuasif milik Melvi L. De Fleur Dan Sandra

J. Ball Rokeach. Narasumber lainnya adalah Ilham Khairul Akbar sebagai wakil kepala divisi PSDM MATAN UNJ, kepada beliau sebagai wakil divisi yang banyak mengurus tentang internal, peneliti banyak bertanya seputar program-program ada di MATAN UNJ, serta apa media-media yang digunakan. Raden Siti Nurlela sebagai sekretaris MATAN UNJ, kepada beliau peneliti banyak mengkonfirmasi tentang pengetahuan yang peneliti ketahui tentang MATAN UNJ sebelum penelitian ini dimulai, serta peneliti juga meminta struktur organisasi MATAN UNJ darinya. Narasumber lainnya adalah Syaiful Maarif, Qibtiyah Salsabilla dan Teguh Saputra sebagai anggota aktif MATAN UNJ yang peneliti hubungi langsung untuk dimintai keterangan seputar efek yang dirasakan oleh mereka terhadap strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus MATAN UNJ.

Narasumber-narasumber tersebut dipilih sebagai dengan pertimbangan jabatan di MATAN UNJ itu sendiri, serta ketersediaan anggota yang memang saat itu juga direkomendasikan oleh beberapa teman-teman MATAN UNJ lainnya.

Selanjutnya observasi melalui media sosial MATAN UNJ Instagram @pkmatanunj, Facebook MATAN UNJ, *website* NU *Online* serta jurnal-jurnal terkait dengan MATAN, Islam moderat dan juga strategi komunikasi persuasif.

c. Reduksi Data

Dari sekian banyak data yang didapatkan dari hasil wawancara bersama para narasumber dan observasi, maka pada tahapan ini peneliti hanya menghimpun data yang memang berkenaan dengan komunikasi persuasif dan efek yang memang itu adalah kebutuhan dalam penelitian ini. Dengan cara menghimpun dan merangkum jawaban dari hasil wawancara bersama narasumber berdasarkan batasan-batasan yang telah ditentukan sebelumnya dalam penelitian ini.

d. Penyajian Data

Setelah proses reduksi data, langkah selanjutnya adalah menelaah sekumpulan informasi yang sudah tersusun dalam klasifikasi tertentu peneliti, yang dibagi dalam tema strategi komunikasi persuasif dan efek. Selanjutnya peneliti mulai menganalisis data hasil temuannya dan menuliskannya ke dalam paragraf dalam bentuk narasi.

e. Triangulasi Data

Dalam menguji keabsahan data, maka peneliti harus terlebih dahulu menyempurnakan data-data yang diperlukan yang berkaitan dengan komunikasi persuasif yang dilakukan pengurus MATAN UNJ dalam mempromosikan Islam moderat kepada para anggotanya, Apabila ditemukan ada perbedaan data yang ditemukan baik itu hasil wawancara dari kedua belah pihak (pihak pengurus dan pihak anggota), maka peneliti akan berdiskusi dengan sumber

terkait, kedua belah pihak, untuk memastikan mana data yang dianggap benar, agar seluruh data dari penelitian ini dapat dipastikan kredibilitasnya.

#### H. Literature Review

1. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Sakinah yang berjudul "*Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Terang Jakarta dalam Mengajak Anak Muda Berhijrah melalui New Media*", tahun 2018. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach, yaitu: 1) *the psychodynamic strategy*, 2) *The sociocultural strategy*, 3) *The meaning construction strategy*. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pengurus mengimplementasikan: 1) *the psychodynamic strategy* di *new media* menggunakan desain menarik dan bahasa sehari-hari. 2) *The sociocultural strategy* di *new media* menggunakan aturan, norma dan kontrol sosial pada Instagram dan grup Whatsapp. 3) *The meaning construction strategy* di *new media* menggunakan konstruksi makna agar *persuade* mudah memahami pesan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Dian Pertiwi yang berjudul "*Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Jumlah Debitur di PT. BNI (PERSERO) TBK Kantor Cabang Padang*" tahun 2019. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach, yaitu: 1) *the psychodynamic strategy*, 2) *The sociocultural strategy*, 3) *The meaning construction strategy*. Hasil dari penelitian ini adalah Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT.

BNI (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang menggunakan tiga strategi komunikasi persuasif untuk meningkat jumlah debitur, yang pertama yaitu menggunakan strategi melalui pendekatan emosional (strategi psikodinamika) dengan cara menarik perhatian, membangun unsur kepercayaan dan memanfaatkan situasi, yang kedua menggunakan strategi melalui pendekatan sosial (strategi sosiokultural) melalui lingkungan keluarga dan lingkungan teman, yang ketiga menggunakan strategi dengan cara memberikan pengetahuan tentang perusahaan (*the meaning construction*) dengan cara personal selling dan melalui media. Kemudian dalam meningkatkan jumlah debitur PT. BNI (Persero) Tbk Kantor Cabang Padang menggunakan teknik *the yes-response technique* dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kemudian menggunakan teknik *don't ask if ask which* dengan cara menawarkan pilihan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yanie Pratiwi Firdaus, pada tahun 2016 yang berjudul "*Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Umum di PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Jasaraharja Putera Cabang Pekanbaru dalam meningkatkan pelanggan pada produk asuransi umum menggunakan strategi komunikasi persuasif dengan cara penjualan langsung (*personal selling*) dimana pemasar mendekati strategi psikodinamik adalah strategi yang berfokus pada faktor emosional dan faktor kognitif dengan pesan persuasi , persuasi sosial kultural adalah mengubah perilaku

pelanggan yang dipengaruhi oleh individu luar atau dari konsensus (dorongan besar), dan strategi konstruksi makna adalah persuasi dengan memberikan pengetahuan kepada pelanggan melalui media massa. Teknik komunikasi persuasif dengan cara personal selling dilakukan pemasar untuk meningkatkan pelanggan, menggunakan teknik teknik yes-response adalah teknik di mana pemasar membujuk pelanggannya untuk menanggapi pernyataan bahwa calon pelanggan menjawab "ya", jangan ditanya apakah, tanyakan yang mana merupakan cara untuk memberikan berbagai penawaran kepada calon pelanggan, dan meyakinkanlah bahwa pemasar adalah psikologis hubungan dengan calon pelanggan.

Persamaan dengan penelitian-penelitian ini terletak pada penggunaan teori komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitian, yaitu penelitian ini meneliti pengurus MATAN UNJ dan apa efeknya kepada anggota, serta implementasi strategi terhadap promosi Islam moderat yang dibatasi dengan ciri sikap *tawazun*, *tahadhdhur* dan *tasamuh*.

#### I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibutuhkan menguraikan seluruh elemen penelitian dalam beberapa bab yang sudah diklasifikasi, guna memudahkan peneliti dalam menyusun penelitian. Sistematika penulisan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

## **BAB I                   PENDAHULUAN**

Yaitu apa-apa yang melatar belakangi penelitian ini dibuat. Ditulis dalam beberapa paragraf deskriptif yang menggambarkan fenomena-fenomena keagamaan yang terjadi ini di UNJ. Mulai dari permasalahan kelompok keagamaan yang diduga berafiliasi oleh kelompok berpemahaman radikal, sikap intoleran mahasiswa yang ditemukan langsung oleh peneliti, hingga sikap ketidakberimbangan dalam urusan dunia dan akhirat sebagai manusia yang beragama. Dari temuan-temuan tersebut maka dikerucutkan dalam dua rumusan masalah besar, yaitu pada bagaimana strategi komunikasi persuasif pengurus MATAN UNJ dalam mempromosikan Islam Moderat kepada anggotanya dan apa efek yang dirasakan para anggota terhadap pesan persuasi tersebut. Dalam bab ini juga menjelaskan tujuan, manfaat, metode, *literature review* dan juga sistematika penulisan penelitian ini.

## **BAB II                   KAJIAN TEORI**

Berisikan teori-teori yang melandasi unsur-unsur dalam penelitian ini, teori Strategi Komunikasi Persuasif Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball Rokeach, lalu teori komunikasi persuasif, unsur-unsurnya berserta hambatan-hambatannya. Selanjutnya ada juga teori tentang strategi secara umum,

teori tentang promosi secara umum, dan teori tentang Islam moderat beserta ciri-cirinya.

### **BAB III                    GAMBARAN UMUM TENTANG MATAN UNJ**

Bab ini menguraikan gambaran umum tentang MATAN secara umum, sejarah berdirinya MATAN, logo, visi, misi serta profil. Lalu dilanjutkan ke pembahasan yang lebih spesifik yakni MATAN UNJ yang mencakup bagaimana sejarah berdirinya MATAN di UNJ, sasaran, program, media yang digunakan, serta struktur kepengurusan dari MATAN UNJ 2020.

### **BAB IV                    TEMUAN DAN ANALISIS**

Hasil temuan dan analisis terkait penelitian akan dibahas pada bab ini. Peneliti akan menganalisis strategi komunikasi persuasif yang dilakukan para pengurus, dan juga efek yang dirasakan oleh anggota dari proses komunikasi persuasif tersebut.

### **BAB V                    PENUTUP**

Pada bab ini berisi simpulan dan saran terkait dengan strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus MATAN UNJ dalam mempromosikan Islam moderat kepada anggotanya. dan merupakan inti dari uraian skripsi ini. Juga kritik dan saran terhadap proses penelitian ini.