

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Penelitian tentang khutbah jum'at ini sebelumnya sudah dilakukan oleh beberapa akademis dari berbagai perguruan tinggi di antaranya oleh Eliyati risnawati 07240048, dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2011. Yang mengangkat tema *Hubungan Antara Kebutuhan Terhadap Khutbah jum'at dengan persepsi tentang khutbah jum'at*. penelitian dilakukan terhadap 144 santri dari Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang cukup signifikan antara kebutuhan terhadap khutbah jum'at dan persepsi tentang khutbah jum'at. Hal ini berarti jika kebutuhan terhadap khutbah jumat baik maka persepsi tentang khutbah jumat akan baik, karena jamaah akan benar-benar mengikuti khutbah jumat dengan khusu' dan tidak hanya menganggap khutbah jumat menjadi syarat syah wajib sholat jumat tetapi juga menjadikan khutbah jumat sebagai sarana informasi serta sebagai cakrawala ilmu pengetahuan (<http://digilib.uin-suka.ac.id/5913/>).

Penelitian tentang khutbah jum'at juga dilakukan oleh Fitriyah Retnoningsih, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Jember 2012. Fitriyah mengangkat tema *Daya Tarik Retorika Khatib Jumâ'at Dalam Menumbuhkan Ketertarikan Jama'ah Shalat Jum'at Di Masjid Jamiâ' Baitur Rahman Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo*. Penelitian ini mengambil subjek dari komunikator alias sang khotib sendiri. Hal yang diulas adalah hubungan antara retorika sang khatib dan ketertarikan jama'ah sholat jum'at.

(<http://digilib.unmuahjember.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=umj-lx-fitriyahre-784>).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ali Mutarom 05210088 jurusan Komunikasi penyiaran Islam, Fak. Dakwah UIN Sunan Kalijaga 2010. Ali mengangkat tema *Pola Komunikasi H. Makmur dalam Khutbah Jum'at*, yang mengangkat studi tentang materi, metode penyampaian, dan proses pemukulan terhadap da'i oleh Masyarakat Desa Nelayan Bulu – Bancar – Tuban. Ali berusaha menjelaskan bagaimana pola komunikasi ssang da'i (H. Makmur) dan faktor apa yang menyebabkan masyarakat memukulnya saat khutbah jum'at sedang berlangsung.

Dari ketiga penelitian di atas semuanya berbeda dengan apa yang menjadi fokus pada penelitian skripsi ini. Yang pertama adalah mencari hubungan antara kebutuhan terhadap khutbah jum'at dengan persepsi tentang khutbah jum'at. Sedangkan penelitian skripsi ini berfokus pada persepsi komunikan (jama'ah) yang berlatar alamiah. Demikian pula pada penelitian yang kedua dan ketiga di atas. Keduanya lebih memfokuskan penelitian pada komunikator (da'i). Selain perbedaan di atas ada pula perbedaan yaitu pada lokasi yang dijadikan sampel. Dengan demikian peneliti menegaskan bahwa penelitian ini murni dan original.

B. Kerangka Teori

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Untuk memahami apa yang disebut dengan persepsi mari kita lihat dan pelajari sebuah kasus yang terjadi yang akan diuraikan di bawah ini :

“Ketika Kusni Kasdut dihukum mati, di Jakarta muncul kelompok orang berkaos dengan tulisan “hapus Hukuman Mati”. Mereka menyebut hukuman mati sebagai tindakan membalas dendam “yang meruntuhkan nilai-nilai kemanusiaan”, merampas hak yang paling dasar dan meniadakan kemungkinan bertaubat. Proses persuasi sudah dimulai. Berbagai reaksi timbul. Seorang pengacara mendukung gerakan ini dengan alasan : hukuman mati adalah pembunuhan yang dilegalisasi dan menurut falsafah hukuman modern. Pidanaan tidak untuk membalas dendam, tapi untuk mendidik dan memperbaiki manusia yang rusak. Seorang tokoh Islam menentangnya. Hukuman mati, katanya dibenarkan oleh Islam bagi kejahatan mencabut nyawa sesamanya – bila keluarga korban tidak memaafkannya. Ancaman hukuman yang keras tidak lain demi terpeliharanya ketertiban masyarakat. Seorang Rohaniawan Khatolik lain lagi komentarnya, “Gereja Khatolik menentang hukuman mati. Tidak sesuai dengan martabat manusia dan semangat Injil”. Tetapi apa kata tukang becak? “Bukan urusan saya – lebih penting urusan perut”. (Tempo, 16 Februari 1980) Dari satu peristiwa yang sama “hukuman mati” orang menanggapinya dengan berbeda-beda sesuai dengan keadaan dirinya. Dari peristiwa ini kita bisa dengan mudah mengatakan bahwa “orang memiliki persepsi yang berbeda-beda tentang suatu peristiwa”.

Tetapi apakah makna dari persepsi itu sendiri? Mari kita lihat beberapa pengertian persepsi yang dituliskan oleh para ahli sebagai berikut :

1) Desiderato (dalam Djalaluddin Rakhmat 1999 : 48) :

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensory stimuli). Persepsi berhubungan dengan sensasi. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori.

- 2) John R. Wenburg dan William W. Wilmot :

Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme member makna

- 3) Rudolph F. Verderber :

Persepsi adalah proses menafsirkan informasi indrawi

- 4) J. Cohen :

Persepsi didefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan mengenai apa yang tampak di luar sana.

- 5) Brian Fellows :

Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi

- 6) Kenneth A. Sereno dan Edward M. Bodaken :

Persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan sekitar kita.

- 7) Philip Goodacre dan Jennifer Follers :

Persepsi adalah proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan

- 8) Joseph A. DeVito :

- 9) Persepsi adalah proses dengan mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera kita

Deddy Mulyana (2001 : 167-168) menyimpulkan dari beberapa pendapat ahli di atas bahwa persepsi adalah inti komunikasi sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti dari persepsi. Persepsi identik dengan penyandian balik (decoding) dalam proses komunikasi. Decoding akan memunculkan *feedback* (umpan balik). Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita bisa berkomunikasi secara efektif. Persepsi yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antarindividu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

b. Proses Persepsi

Menurut Deddy Mulyana (2001 : 168), persepsi meliputi tiga tahapan yaitu sensasi (penginderaan), atensi (perhatian) dan interpretasi (penafsiran).

1) Sensasi

Sensasi berasal dari kata "sense" artinya alat penginderaan (peraba, penglihat, pencium, pendengar dan pengecap) yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Mata bereaksi terhadap gelombang cahaya, telinga terhadap gelombang suara, kulit terhadap tekanan, hidung terhadap bau-bauan dan lidah terhadap rasa. Lalu rangsangan-rangsangan atau stimuli ini dikirim ke otak.

Makna pesan yang dikirim ke otak harus dipelajari. Seseorang tidak lahir kemudian mengetahui bahwa rasa gula itu manis. Semua indera itu punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Mungkin benar ungkapan

filosuf John Locke (dalam Djalaluddin Rakhmat 1999 : 49-50) "*There's nothing in the mind except what was first in the senses*" (tidak ada apa-apa dalam pikiran kita kecuali terlebih dahulu lewat alat indera).

2) Atensi

Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (Kenneth E. Anderson dalam Djalaluddin Rakhmat 1999 : 52). Umumnya kita hanya dapat memperhatikan satu rangsangan saja secara penuh. Peningkatan perhatian pada rangsangan yang satu akan mengurangi perhatian kita pada rangsangan lainnya. Kalau kita memperhatikan dua rangsangan atau lebih pada saat yang bersamaan, kualitas perhatian kita akan berkurang terhadap rangsangan-rangsangan tersebut.

Secara umum ada dua factor penarik perhatian (*attention getter*), yaitu:

a) Faktor Eksternal

Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat yang menonjol antara lain :

Gerakan. Seperti organisme lain manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. Kita senang melihat huruf-huruf dalam *display* yang bergerak menampilkan nama barang yang diiklankan. Pada tempat yang dipenuhi benda-benda mati, kita akan tertarik hanya kepada tikus kecil yang bergerak.

Intensitas stimuli. Kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain. Warna merah pada background putih, tubuh

jangkung di antara orang-orang pendek, suara keras di malam sepi sukar lolos dari perhatian kita.

Kebaruan (novelty). Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda akan menarik perhatian kita. Karena alasan inilah orang mengejar novel yang baru terbit, film yang baru dirilis, kendaraan dengan rancangan mutakhir dan sebagainya.

Perulangan. Hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. Di sini unsur 'familiarity' (yang sudah kita kenal) berpadu dengan unsur 'novelty' (yang baru kita kenal).

b) Faktor Internal penarik perhatian

Faktor-faktor biologis. Dalam keadaan lapar. Seluruh pikiran didominasi oleh makanan. Karena itu bagi orang lapar yang paling menarik perhatian adalah makanan.

Faktor-faktor sosiopsikologis. Berikan sebuah foto yang menggambarkan kerumunan orang banyak di sebuah gang sempit. Tanyakan apa yang mereka lihat. Setiap orang akan melaporkan hal yang berbeda. Namun tidak ada seorangpun yang melaporkan berapa jumlah orang pada gambar tersebut kecuali sebelum melihat foto mereka memperoleh pertanyaan itu.

Selain itu adapula motif sosiogenis, sikap, kebiasaan dan kemauan mempengaruhi apa yang kita perhatikan. Dalam perjalanan naik gunung, seorang geolog akan memperhatikan bebatuan; ahli botani, bunga-bunga; ahli zoology, binatang; seniman, warna dan bentuk dll (Lefrancois dalam Djalaluddin Rakhmat 1999 : 54).

3) Interpretasi

Interpretasi dapat didefinisikan sebagai "meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi keseluruhan yang bermakna" (Deddy Mulyana, 2010 : 181). Ini adalah tahap terpenting dalam persepsi.

Sementara Kenneth K. Sereno at. al. (dalam Deddy Mulyana, 2010 : 181) menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari 3 aktifitas yaitu : seleksi, organisasi dan interpretasi. Yang dimaksud seleksi sebenarnya mencakup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi.

Sebenarnya ketiga tahapan persepsi (sensasi, atensi dan interpretasi) atau (seleksi, organisasi dan interpretasi) tidak dapat dibedakan secara tegas kapan satu tahapan berakhir dan kapan tahapan berikutnya dimulai. Dalam banyak kasus ketiga tahapan tersebut berlangsung nyaris serempak.

c. Objek Persepsi

Persepsi manusia sebenarnya terbagi menjadi dua, yaitu : Persepsi terhadap lingkungan fisik dan persepsi terhadap manusia itu sendiri (social). Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis. (Deddy Mulyana, 2010 : 184)

Di bawah ini akan kita lihat beberapa perbedaan antara persepsi terhadap lingkungan fisik dan persepsi terhadap manusia itu sendiri (social).

1. Persepsi terhadap lingkungan fisik
 - a) Melalui lambang-lambang fisik
 - b) Menanggapi sifat-sifat luar
 - c) Bersifat statis

2. Persepsi Sosial (persepsi terhadap manusia)

- a) Melalui lambang-lambang verbal dan non verbal
- b) Menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, keinginan dan sebagainya)
- c) Bersifat dinamis dan interaktif.

Untuk menggambarkan sedikit tentang persepsi social sepertinya cocok mengutipkan kata-kata R. D. Laing (dalam Deddy Mulyana, 2010 : 191), “Manusia selalu memikirkan orang lain dan apa yang orang lain pikirkan tentang dirinya dan apa yang orang lain pikirkan mengenai apa yang dia pikirkan mengenai orang lain itu dan seterusnya.”

Dalam skripsi ini yang akan menjadi topik penelitian adalah persepsi sosial atau persepsi terhadap manusia.

Prinsip-prinsip Persepsi Sosial

Dalam persepsi terhadap lingkungan social, ada beberapa prinsip penting yang menjadi pembedaan atas perbedaan persepsi social sebagai berikut :

(1) Persepsi berdasarkan pengalaman

Persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa.

(2) Persepsi bersifat selektif

Persepsi kita dipengaruhi oleh factor internal maupun eksternal yang sesuai dengan keadaan, keinginan dan harapan kita. Tidak semua rangsangan yang

datang kita tafsirkan satu persatu. Kita cenderung memilih apa yang menarik dan penting bagi kita.

(3) Persepsi bersifat dugaan

Proses persepsi yang bersifat dugaan memungkinkan kita menafsirkan sesuatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut pandang manapun. Misalnya ketika kita melihat sebuah pesawat terbang di angkasa, kita tidak melihat awak pesawat dan penumpangnya. Namun kita telah berulang kali melihat pesawat terbang di angkasa yang menunjukkan bahwa setidaknya terdapat awak pesawat yang menerbangkan pesawat itu.

(4) Persepsi bersifat evaluatif

Persepsi adalah proses kognitif psikologis dalam diri anda yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan memaknai objek persepsi. Persepsi bersifat pribadi dan subjektif. Tidak seorangpun mempersepsi suatu objek tanpa mempersepsi seberapa "baik" atau "buruk" objek tersebut. Kita menilai rangsangan berdasarkan skala pribadi atau subjektif.

(5) Persepsi bersifat kontekstual

Dari semua pengaruh dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Ketika kita melihat seseorang, objek atau suatu kejadian, konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan dan oleh karenanya juga persepsi kita. Misalnya, seorang pemain basket yang tampak seperti raksasa dia antara orang-orang dengan tinggi badan rata-rata akan terlihat normal juga saat berada di antara anggota-anggotanya yang rata-rata berbadan tinggi.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi

1. Faktor Fungsional

David Krech dan Richard S. Crutchfield menyebutkan bahwa faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, pengetahuan, motivasi, harapan, emosi dan lain-lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Disini yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik individu yang memberikan respons terhadap stimuli tersebut.

Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim juga disebut *Frame of Reference* (kerangka rujukan). Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan mempengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya. Berbicara tentang *flour albus*, *adnexitis*, *dysmenorrhoe*, atau kanker *cerviks* di muka ahli komunikasi tidak akan menimbulkan pengertian apa-apa. Karena mereka tidak mempunyai kerangka rujukan untuk memahami istilah-istilah kedokteran tersebut. Demikian pula mahasiswa kedokteran tidak akan memahami pembicaraan-pembicaraan tentang komunikasi, jika mereka tidak memiliki latar belakang pendidikan ilmu komunikasi.

Menurut McDavid dan Harari (dalam Djalaluddin Rakhmat, 1999 : 58), para psikolog menganggap konsep kerangka rujukan ini amat berguna untuk menganalisa interpretasi perceptual dari peristiwa yang dialami.

2. Faktor Struktural

Faktor-faktor structural semata-mata berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada system saraf individu. Menurut teori gestalt yang dirumuskan oleh Kohler et. al. (dalam Djalaluddin Rakhmat, 1999 : 58), bila kita

mempersepsi sesuatu, kita mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan. Kita tidak melihat bagian-bagiannya, lalu menghimpunnya.

Dari sini lahirlah dalil persepsi oleh Krech dan Crutchfield : *Medan persepstual selalu diorganisasikan dan diberi arti*. Bisa dijelaskan bahwa kita mengorganisasikan stimuli dengan melihat konteksnya.

Contoh

- A. Cerdas – rajin – impulsive – kritis – kepala batu – iri
- B. Iri – kepala batu – kritis – impulsive – rajin – cerdas

Kata-kata pada setiap rangkaian sama namun susunannya berbeda. A dimulai dari yang positif sementara B dimulai dari negative. Ternyata komentar orang berbeda. A dianggap sebagai orang yang memiliki kemampuan, tetapi mempunyai kelemahan yang tidak begitu merusak. B dianggap sebagai orang yang ‘rusak’, yang kemampuannya tertutup oleh kelemahannya yang gawat. Hal ini menunjukkan bagaimana konteks menentukan makna.

Dalam hubungan dengan konteks muncul dalil tentang tentang persepsi berikutnya oleh Krech dan Crutchfield : *Sifat-sifat perceptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan*. Menurut teori ini, jika individu dianggap sebagai anggota kelompok, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok dipengaruhi oleh keanggotaan kelompoknya, dengan efek berupa *asimilasi* atau *kontras*.

Contoh : Jika si Paijo yang terkenal sebagai pemulung sampah berpakaian jelek, anda akan menilai pakaiannya “kusut dan kotor”. Namun jika pakaian yang sama

dikenakan oleh Abdul, kiai yang miskin, anda akan mengomentarnya sebagai pakaian yang, walaupun "lusuh, tetapi ditambah dengan rapih dan bersih". Disini terjadi asimilasi. Sifat-sifat kelompok menonjolkan atau melemahkan individu.

Contoh kedua : jika William, seorang *businessman* mengenakan jas dan dasi. Kita akan akan mengatakan "William berpakaian necis". Jika Bedu, si kuli bangunan memakai jas dan dasi, kita akan mengatakan, "Bedu berpakaian sangat necis". Ini yang disebut kontras. Kita cenderung memberikan penilaian yang berlebihan jika melihat sifat-sifat objek persepsi kita bertolak belakang dengan sifat-sifat kelompoknya.

Selanjutnya dalil tentang persepsi juga berdasarkan asas *kesamaan dan kedekatan*. Orang menjadi terhormat karena duduk berdekatan dengan anggota cabinet atau bersalaman dengan presiden (*gilt by association*). Sebaliknya, kredibilitas berkurang karena berdampingan dengan orang yang nilai kredibilitasnya rendah pula (*guilt by association*).

3. Budaya

Agama, Ideologi, tingkat intelektualitas, tingkat ekonomi, pekerjaan dan cita rasa jelas mempengaruhi persepsi seseorang terhadap realitas. Dengan demikian persepsi itu terikat oleh budaya (*culture-bound*). Bagaimana kita memaknai pesan, objek, atau lingkungan bergantung pada sistem nilai yang kita anut.

Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (dalam Deddy Mulyana, 2010 : 214) mengemukakan enam unsur budaya yang secara langsung mempengaruhi persepsi kita ketika berkomunikasi yakni :

a. Kepercayaan (beliefs), nilai (values), dan sikap (attitudes)

Kepercayaan adalah anggapan subjektif bahwa suatu objek atau peristiwa punya ciri atau nilai tertentu, dengan atau tanpa bukti. Meskipun terkadang tidak masuk akal. Misalnya bangsa Tibet seperti yang digambarkan dalam film *Seven Years in Tibet*, mereka menganggap cacing-cacing kecil adalah nenek moyang mereka.

Nilai adalah komponen evaluative dari kepercayaan kita mencakup ; kegunaan, kebaikan, estetika dan kepuasan. Nilai bersifat normative. Kepercayaan dan nilai membentuk perilaku atau sikap seseorang.

b. Pandangan dunia (worldview)

Pandangan dunia adalah orientasi budaya terhadap Tuhan, kehidupan, kematian, kebenaran, materi dan isu-isu filosofis lainnya yang berkaitan dengan kehidupan. Pandangan dunia mencakup agama dan ideology. Pandangan dunia merupakan unsur penting yang mempengaruhi persepsi seseorang ketika berkomunikasi dengan orang lain, khususnya yang berbeda budaya.

c. Organisasi social (Social organization)

Organisasi social formal ataupun informal, aturan dalam keluarga, lembaga pendidikan, komunitas agama (Muhammadiyah, NU, Persis, Syi'ah dan sebagainya, dan dalam agama Kristen ada Katolik, Protestan, Advent, Pantekosta, Saksi Yehova dan sebagainya), Komunitas etnik, kelas social dan partai politik. Semua hal itu mempengaruhi kita dalam mempersepsi kehidupan dunia ini, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku kita.

d. Tabiat manusia (human nature)

Pandangan tentang siapa kita, bagaimana sifat atau watak kita, juga mempengaruhi cara kita mempersepsi lingkungan fisik dan social kita.

e. Orientasi kegiatan (activity orientation)

Aspek lain yang mempengaruhi persepsi kita adalah pandangan kita tentang aktifitas. Orientasi ini paling baik dianggap sebagai suatu rentang : dari *Being* (siapa seseorang) hingga *Doing* (apa yang dilakukan seseorang). Dalam suatu budaya mungkin terdapat dua kecenderungan ini, namun biasanya adalah salah satu yang dominan.

Dalam budaya tertentu, khususnya di Timur. Siapa seseorang itu (raja, anak presiden, pejabat, keturunan ningrat, dokter dan gelar lainnya) lebih penting dari apa yang dia lakukan. Sedangkan di Barat, justru apa yang sedang atau telah dilakukan seseorang lebih penting daripada siapa dia.

f. Persepsi tentang diri dan orang lain (perception of self and others)

Masyarakat Timur pada umumnya adalah masyarakat kolektifitas. Dalam budaya kolektifitas, diri (self) tidak bersifat unik atau otonom, melainkan lebur dalam kelompok (keluarga, klan, kelompok kerja, suku, bangsa dan sebagainya), sementara diri dalam budaya individualis (Barat) bersifat otonom.

e. **Kekeliruan dan kegagalan Persepsi**

Persepsi kita sering tidak cermat. Salah satu penyebabnya adalah asumsi atau pengharapan kita. Terkadang kita mempersepsi sesuatu atau seseorang sesuai dengan pengharapan kita. Beberapa bentuk kekeliruan dan kegagalan tersebut adalah sebagai berikut :

1) Kesalahan Atribusi

Atribusi adalah proses internal dalam diri kita untuk memahami penyebab perilaku orang lain. Dalam usaha mengetahui orang lain kita menggunakan beberapa sumber informasi. Misalnya kita mengamati penampilan fisik mereka. Factor seperti usia, gaya pakaian dan daya tarik dapat memberikan isyarat mengenai sifat-sifat utama mereka. Kita dapat menduga sifat-sifat wanita yang gemar memakai rok mini, atau seorang eksekutif yang sering mengenakan jas dan dasi. Namun dugaan kita tidak selalu benar.

2) Efek Halo

Kesalahan persepsi yang disebut efek halo (*halo effects*) merujuk pada fakta bahwa begitu kita membentuk kesan menyeluruh mengenai seseorang, kesan yang menyeluruh ini cenderung menimbulkan efek yang kuat atas penilaian kita akan sifat-sifatnya yang spesifik.

Kesan menyeluruh inilah yang membuat perbedaan. Misalnya tindakan yang dungu atau berisiko jika dilakukan oleh orang biasa akan disebut tindakan yang 'berani' jika dilakukan oleh selebritis.

Kesan yang menyeluruh sering kita peroleh dari kesan pertama, yang biasanya berpengaruh kuat dan sulit digoyahkan. Itulah mengapa hari pertama sekolah, cinta pertama begitu sulit dilupakan. Celaknya jika suatu yang pertama itu adalah negative sering menimbulkan fobia.

3) Stereotip

Kesulitan komunikasi akan muncul dari penstereotipan (*stereotyping*), yakni menggeneralisasikan orang-orang berdasarkan sedikit informasi dan membentuk

asumsi mengenai mereka berdasarkan keanggotaan mereka dalam suatu kelompok.

Contoh stereotip itu banyak sekali, misalnya ;

- a) Laki-laki berfikir logis
- b) Wanita bersikap emosional
- c) Orang berkulit hitam pencuri
- d) Orang Padang pelit dan lain-lain

Padahal tidak semuanya itu benar. Stereotip para subjek telah membuat persepsi mereka tidak akurat.

4) Prasangka

Prasangka adalah sikap yang tidak adil terhadap seseorang atau suatu kelompok. Istilah prasangka (*prejudice*) berasal dari bahasa Latin *praejudicium* yang berarti penilaian berdasarkan keputusan dan pengalaman terdahulu.

Contohnya adalah pengalaman Iman, istri bintang rock David Bowie berkulit hitam yang mendapatkan perilaku diskriminatif berlandaskan prasangka ini.

“Di New York saya mencoba menyetop taksi pada pukul lima atau enam sore. Tak ada satupun yang mau. Mereka pikir saya akan pergi ke Harlem (daerah kumuh yang rawan kejahatan). Pada hari lain saya ke toko obat untuk membeli sesuatu, pelayan memberitahu saya, “Tahu nggak, ini harganya 25 dollar”. Dia mengira saya tidak punya uang untuk membayar. Saya masuk lift, seorang wanita tua berkulit putih segera mendekap tasnya lebih erat ke badannya.” (Deddy Mulyana, 2010 : 244)

5) Gegar Budaya

Menurut Kalvero Oberg (dalam Deddy Mulyana, 2010 : 247) gegar budaya (*Culture Shock*) ditimbulkan oleh kecemasan karena hilangnya tanda-tanda yang sudah dikenal dan simbol-simbol hubungan social. Sedangkan menurut P. Harris dan R. Moran (dalam Deddy Mulyana, 2010 : 247) gegar budaya adalah trauma umum yang dialami seseorang dalam suatu budaya yang baru dan berbeda karena ia harus belajar dan mengatasi begitu banyak nilai budaya dan pengharapan baru, sementara nilai budaya dan pengharapan budayanya yang lama tidak lagi sesuai. Lundstet mengatakan bahwa gegar budaya adalah suatu bentuk ketidakmampuan menyesuaikan diri (*personality mal-adjustment*) yang merupakan reaksi terhadap upaya sementara yang gagal untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan dan orang-orang baru.

2. Dakwah

a. Pengertian dakwah

Ditinjau dari segi bahasa dakwah (da'wah) berarti panggilan, seruan atau ajakan. Da'wah adalah bentuk mashdar dari kata kerja "da'a yad'u" yang berarti mengajak, memanggil atau menyeru. Da'wah dalam arti seperti ini bisa ditemukan dalam ayat-ayat Al-qur'an di antaranya : Al-qur'an surat Yunus ayat :

25

وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ

مُسْتَقِيمٍ ﴿٢٥﴾

Artinya : "Allah menyeru manusia ke Darussalam (syurga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam). (Sumber: Al Qur'an dan terjemahannya Departemen Agama RI 2005)

Dari segi istilah, banyak pendapat dari para ulama tentang definisi da'wah. Dalam buku "Manajemen Da'awah Islam" Drs. A. Rosyad Shaleh menyebutkan beberapa pendapat ahli tentang definisi da'wah di antaranya :

- 1) Syeikh Ali Makhfuz dalam kitabnya 'Hidayatul Mursyidin' memberikan definisi da'wah sebagai berikut : "Da'wah adalah mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- 2) Muhammad Natsir dalam tulisannya yang berjudul 'Fungsi Da'wah Islam dalam rangka Perjuangan' mendefinisikan da'wah sebagai : "Usaha-usaha menyebarkan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini yang meliputi amar ma'ruf nahyi munkar, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan, akhlak dan membimbing pengalamannya, dalam perikehidupan perseorangan, perikehidupan berumahtangga (usrah), perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara".
- 3) H.S.M. Nasaruddin Latief dalam bukunya yang berjudul 'Teori dan Praktek Da'wah Islamiyah' mendefinisikan da'wah sebagai : "Setiap usaha atau aktifitas dengan lisan atau lukisan dan lainnya yang bersifat menyeru,

mengajak, memanggil manusia untuk beriman dan mentaati Allah SWT, sesuai dengan garis-garis akidah dan syari'at serta akhlak Islamiyah"

Dari definisi-definisi yang sudah diuraikan di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

"Da'wah adalah proses penyelenggaraan usaha atau aktifitas dengan sadar dan sengaja untuk mengajak manusia beriman dan mentaati Allah SWT atau memeluk agama Islam, menyeru kepada kebaikan (amar ma'ruf) dan melarang atau mencegah perbuatan munkar (nahyi munkar) untuk mencapai tujuan tertentu yaitu kebahagiaan dan keselamatan hidup di dunia dan akhirat yang diridhai oleh Allah SWT. (A. Rosyad Shaleh, 1977)

b. Sumber dan hukum dakwah

Banyak sekali ayat Al-qur'an dan juga hadits yang memerintahkan kaum muslimin agar melakukan dakwah, menyerukan kepada agama Allah, mengajak kepada kebajikan dan mencegah kepada kemunkaran.

Diantaranya firman Allah SWT dalam Al-qur'an surat Ali imron ayat : 110

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ
خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya : "Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka,

di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik. (Sumber: Al Qur'an dan terjemahannya Departemen Agama RI 2005)

Al-qur'an surat At-Taubah ayat : 71

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ
وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿٧١﴾

Artinya :” Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka ta'at pada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana. (Sumber: Al Qur'an dan terjemahannya Departemen Agama RI 2005)

Dan sabda Rasulullah saw :

حَدَّثَنَا أَبُو عَاصِمٍ الضَّحَّاكُ بْنُ مَخْلَدٍ ، أَخْبَرَنَا الْأَوْزَاعِيُّ ، حَدَّثَنَا حَسَّانُ بْنُ عَطِيَّةَ ،
عَنْ أَبِي كَبْشَةَ ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ :
بَلَّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً وَحَدَّثُوا عَنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ ، وَلَا حَرَجَ ، وَمَنْ كَذَبَ عَلَيَّ
مُعَمَّدًا فَلْيَتَّبِعُوا مَقْعَدَهُ مِنَ النَّارِ .

(dikutip dari Kitab Shahih Al Bukhari, Bab Kitab Bada'il Wahyi, Juz 4 Halaman 207 Hadits No.3461 dalam Al Maktabah Asy-Syamilah)

Artinya : Berbicara kepada kami Abu 'Ashim bin Makhlad, telah mengabarkan kepada kami Al Auza'i, bercerita kepada kami Hasan bin 'Athiyah dari Abi

Kabsyah, dari Abdullah bin 'Amr, bahwasannya Nabi saw bersabda: "Sampaikan dariku walau satu ayat. dan ceritakanlah oleh kalian dari Bani Israil, tidak apa-apa. Barangsiapa yang berdusta atas namaku secara sengaja, maka hendaknya dia menyiapkan tempat duduknya di neraka" (sumber terjemahan: <http://www.islamedia.web.id/2011/04/hukum-mengutip-injil.html>).

c. Metode dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan human oriented menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia (Munzier Suparta dan Harjani Hefni [ed]. 2006 : 7). Allah SWT berfirman dalam Al-qur'an surat An-Nahl ayat : 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ



Artinya : "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Sumber: Al Qur'an dan terjemahannya Departemen Agama RI 2005)

Ada tiga cakupan metode dakwah yang bisa dipahami dari ayat di atas yaitu :

1) Al-Hikmah

Menurut Imam Abullah bin Ahmad Mahmud .An-Nasafi (dalam Munzier Suparta dan Harjani Hefni [ed]. 2006 : 8) arti dakwah bil-hikmah hikmah adalah :

“Dakwah bil-hikmah adalah dakwah dengan menggunakan perkataan yang benar dan pasti, yaitu dalil yang menjelaskan kebenaran dan menghilangkan keraguan”.

Al-hikmah merupakan kemampuan dan ketepatan da'i dalam memilih, memilah dan menyelaraskan teknik dakwah dengan kondisi objektif mad'u. Al-hikmah adalah kemampuan da'i dalam menjelaskan doktrin-oktrin Islam serta realitas yang ada dengan argumentasi logis dan bahasa yang komunikatif. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa al-hikmah sebagai system yang menyatukan kemampuan teoritis dan praktis dalam berdakwah.

2) Al-Mau'idzatul Hasanah

Mauidzatul hasanah mengandung arti kata-kata yang masuk ke dalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, tidak membongkar atau membeberkan kesalahan orang lain. Sebab kelembutan dalam menasihati seringkali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakan kalbu yang liar, ia lebih mudah melahirkan kebaikan daripada larangan dan ancaman.

3) Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan

Al-mujadalah merupakan tukar pendapat yang dilakukan dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan

menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumantasi dan bukti yang kuat. Antara yang satu dengan yang lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat lawan. Keduanya berpegang teguh kepada kebenaran, mengakui kebenaran pihak lain dan ikhlas menerima hukuman kebenaran tersebut.

d. Media dan sarana dakwah

Dalam buku yang berjudul 'Dustur Da'wah Menurut Al-qur'an' A. Hasjmy mengatakan bahwa dalam melaksanakan tugas dan kewajiab menjalankan dakwah kepada umat, para juru dakwah atau da'i memerlukan media dan sarana, alat dan medan di antaranya :

- 1) Mimbar dan Khithabah
- 2) Qalam dan Kitabah
- 3) Masrah dan Malhamah
- 4) Senisuara dan Senibahasa
- 5) Madrasah dan Dayah
- 6) Lingkungan kerja dan Usaha (A. Hasjmy, 1974 : 69-70)

Di bawah ini penulis hanya menjelaskan tentang point pertama yaitu Mimbar dan Khithabah. Sesuai tema yang menjadi pembahasan.

Mimbar dan Khithabah

Mimbar adalah salah satu media dakwah yang telah tua sekali usianya dan telah dikenal sejak zaman Rasulullah bahkan para nabi sebelumnya. Demikian

pula khithabah sebagai sarana dakwah juga sudah dikenal sejak zaman-zaman sebelum kita.

Dalam abad teknologi ini lewat mimbar khithabah bisa mencapai sasaran yang sangat luas dengan bantuan alat pengeras dan alat pemancar suara seperti radio ataupun televisi. Melalui mimbar para da'I dapat mengucapkan ceramahnya dan menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada umat.

Pentingnya Mimbar dan khithabah dalam pelaksanaan dakwam Islam dapat kita simpulkan dari ditetapkannya kewajiban shalat jum'at tiap tujuh hari sekali. Hal yang membedakannya dengan shalat-shalat di hari biasa adalah adanya khithabah atau khutbah jum'at, yang sekaligus menjadi inti dari pelaksanaan shalat jum'at.

Dalil tentang kewajiban shalat jum'at telah diatur oleh Allah SWT dalam Al-qur'an surat Al-Jumu'ah dalam tiga ayat terakhir yaitu ayat : 9-11.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ
 اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٩﴾

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman apabila telah diseru untuk menunaikan shalat pada hari jum'at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian lebih baik bagimu jika kamu mengetahui

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
 اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : "Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung

وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ
 خَيْرٌ مِّنَ اللَّهِوٍ وَمِنَ التِّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ ﴿١١﴾

Artinya : "Dan apabila mereka melihat perniagaan dan permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhutbah). Katakanlah, "Apa yang ada di sisi Allah adalah lebih baik daripada permainan dan perniagaan dan Allah sebaik-baik pemberi rezeki" (Sumber: Al Qur'an dan terjemahannya Departemen Agama RI 2005)

Kedudukan khutbah dalam shalat jum'at tidak kalah penting dan sama wajibnya dengan shalat dua raka'at. Demikian pula mendengarnya adalah wajib bagi para jama'ah jum'at. Hal ini ditegaskan Rasulullah saw dalam hadits yang berbunyi :

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ بُكَيْرٍ قَالَ : حَدَّثَنَا اللَّيْثُ ، عَنْ عَقِيلٍ ، عَنْ ابْنِ شِهَابٍ قَالَ :
 أَخْبَرْتَنِي سَعِيدُ بْنُ الْمُسَيَّبِ أَنَّ أَبَا هُرَيْرَةَ أَخْبَرَهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
 وَسَلَّمَ قَالَ : إِذَا قُلْتَ لِصَاحِبِكَ يَوْمَ الْجُمُعَةِ انصَبْ وَالْإِمَامُ يَخْطُبُ فَقَدْ لَغَوْتَ.

(dikutip dari kitab Shahih Al Bukhori, Bab Kitab Bada'il Wahyu, Juz 2 halaman 16 Hadits No. 934 dalam Al Maktabah Asy-Syamilah)

Dari Yahya bin Bukair dia berkata, berkata kepada kami Laits, dari 'Uqail, dari Ibnu Syihab dia berkata: Sa'id bin Musayyab mengabarkan kepada kami bahwa Abu Hurairah mengabarkannya bahwasannya Rasulullah saw bersabda: "Jika engkau berkata kepada temanmu ketika imam sedang berkhotbah: "Diamlah!", sungguh engkau telah melakukan perbuatan sia-sia". (HR. Bukhari no. 934 dan Muslim no. 851 dari Abu Hurairah r.a.)

Muhammad Ghazali menuliskan dan diikhtisarkan dalam tulisan A. Hasjmy. "Untuk mengukuhkan kedudukan kebenaran dalam segala segi kehidupan jama'ah Islam, maka Allah SWT menjadikan "khithabah" sebagai bagian dari "Syiar Islam".

Dalam tiap minggu sekali, kaum muslimin berkumpul dalam masjid jami, untuk mendengar seorang juru dakwah mendakwahkan ke jalan Allah, mengingat Allah dan mengajarkan agama-Nya. Dalam tiap-tiap hari 'ied pria dan wanita muslim berkumpul di berbagai lapangan luas atau di tempat-tempat shalat terbatas, di kampung-kampung untuk mendengar bimbingan dan pengarahan setelah shalat 'ied. Pada tiap-tiap musim Haji, berkumpul dan bertemu utusan-utusan umat Islam dari berbagai penjuru dunia. Mereka mengadakan muktamar besar di Padang Arafah, untuk membahas masalah-masalah yang mengenai kehidupan Islam dalam segala bidang.

Yang jelas khithabah dalam Islam bukanlah khithabah yang kita lihat bayang-bayangnya sekarang. Khithabah dalam Islam adalah lambang kehidupan yang menjadikan agama ini menjaral dari hati ke hati, hingga dari pikiran ke pikiran, berpindah bersama zaman dari generasi ke generasi dan bersama tempat dari penjurur ke penjurur. (A. Hasjmy, 1974 : 273)

e. Komunikasi dan Dakwah

Komunikasi maupun dakwah mempunyai komponen-komponen yang sama yang terkandung di dalamnya yaitu :

- 1) Da'i (Komunikator) : Orang yang menyampaikan dakwah atau komunikasi)
- 2) Mad'u (komunikan) : Orang yang menerima isi dakwah atau komunikasi)
- 3) Isi komunikasi/ Message
- 4) Media dakwah atau media komunikasi
- 5) Efek
- 6) Tujuan dakwah atau komunikasi
- 7) Sumber dakwah atau sumber komunikasi
- 8) Feed Back (Umpan Balik)

Dakwah adalah salah satu spesialisasi dari Ilmu Komunikasi terutama spesialisasi dalam Message. (Drs. Sunarjo dan Dra. Djoenaesih S. Sunarjo, 1995 : 62)

BAB IV

METODE PENELITIAN DAN SISTEMATIKA PEMBAHASAN

A. Metode Penelitian

1. Pendekatan

Penelitian ini akan menggunakan metodologi kualitatif. Bogdan dan Taylor (dalam Lexy J. Moleong 2002 : 3) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistic (utuh).

Penelitian kualitatif itu berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif, mengadakan analisis data secara induktif, mengarahkan penelitiannya pada usaha menemukan teori dari dasar, bersifat deskriptif, lebih mementingkan proses daripada hasil, membatasi studi dengan fokus, memiliki seperangkat kriteria untuk memeriksa keabsahan data, rancangan penelitiannya bersifat sementara, dan hasil penelitiannya disepakati oleh kedua belah pihak : peneliti dan subjek penelitian.

2. Lokasi dan Subyek Penelitian

a. lokasi

Penelitian ini mengambil lokasi di Masjid Jami' Mu'allimin dan Masjid Jami' Ponpes Al-Munawwir Krapyak

b. Subyek Penelitian

Teknik pengambilan informan atau sampel dalam penelitian kualitatif berupa *purposive* atau seleksi berdasarkan kriteria tertentu. (criterion based selection).

1) Informan pangkal

Dalam penelitian ini akan diambil informan pangkal yaitu yang akan menjadi alat untuk pengambilan informan berikutnya. Informan pangkal akan diambil dari takmir (pengurus masjid).

2) Informan kunci

Setelah menentukan informan pangkal, maka tahap selanjutnya adalah pengambilan informan kunci dengan teknik bola salju (*snow ball*) yakni berantai dari informasi informan pangkal. Titik jenuh adalah di saat informasi yang diterima bisa dianggap seragam. Tidak ada lagi perbedaan-perbedaan yang berarti. Informan kunci adalah jama'ah tetap dari Masjid Jami' Mu'allimin dan Masjid Jami' Ponpes Al-Munawwir Krapyak. Yang disebut jama'ah tetap adalah jama'ah yang halat jum'at di Masjid Jami' Mu'allimin dan Masjid jami' Ponpes Al-Munawwir Krapyak minimal 3 kali dalam satu bulan. Yang kemungkinan akan terus berkembang sampai menemukan titik jenuh.

c. Waktu penelitian

Penelitian ini akan dilakukan selama bulan November sampai Desember 2012 yang di dalamnya maksimal bisa dilaksanakan 9 kali sholat jum'ah yaitu tertanggal 2, 9, 16, 13 dan 30 November; 7, 14, 21 dan 28 Desember.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data-data dalam penelitian ini berasal dari sumber tertulis (literatur) yang berkaitan dengan permasalahan, kemudian observasi, wawancara serta dokumentasi.

a. Literatur

Literatur atau sumber tertulis adalah hasil karya ilmiah baik berupa buku, jurnal, majalah, thesis, paper ataupun skripsi terdahulu yang dapat dijadikan sumber dan pegangan yang jelas dan bisa dipertanggungjawabkan dalam penulisan karya tulis ilmiah skripsi ini.

b. Observasi

Observasi (pengamatan) merupakan salah satu teknik penelitian yang sangat penting. Karena didasarkan atas pengalaman secara langsung. Pengamatan terdiri atas beberapa tipologi pengamatan. Buford Junker (dalam Lexy J. Moleong, 2002 : 127) memberikan gambaran tentang peranan peneliti sebagai pengamat sebagai berikut :

1) Berperanserta secara lengkap

Pengamat dalam hal ini menjadi anggota penuh dari kelompok yang diamatinya. Dengan demikian ia dapat memperoleh informasi apa saja yang dibutuhkannya, termasuk yang dirahasiakan sekalipun.

2) Pemeranserta sebagai pengamat

Peranan peneliti sebagai pengamat tidak sepenuhnya sebagai pemeranserta tetapi masih melakukan fungsi pengamatan. Ia berpura-pura menjadi anggota, tidak melebur dalam arti sesungguhnya. Peranan demikian masih membatasi para subjek memberikan informasi terutama yang bersifat rahasia.

3) Pengamat sebagai pemeran serta

Peranan pengamat secara terbuka diketahui oleh umum bahkan mungkin ia disponsori oleh para subjek. Karena itu maka segala macam informasi termasuk rahasia sekalipun bisa diperoleh dengan mudah.

4) Pengamat penuh

Biasanya hal ini terjadi pada pengamatan suatu eksperimen di laboratorium yang menggunakan kaca-sepihak. Peneliti dengan bebas mengamati secara jelas subjeknya dari belakang kaca sedangkan subjeknya sama sekali tidak mengetahui mereka sedang diamati atau tidak.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan bisa satu atau lebih tipologi pengamatan sesuai keadaan dan kebutuhan saat di lapangan.

c. Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah percakapan dengan maksud tertentu, yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara mendalam terhadap pihak-pihak yang bersangkutan dalam terselenggaranya shalat jum'ah di Masjid Jami' Mu'allimin dan Masjid Jami' Ponpes Al-Munawwir Krapyak.

Ada bermacam-macam cara untuk melakukan wawancara pada saat penelitian di lapangan di antaranya :

1) Wawancara pembicaraan informal

Pada jenis wawancara ini pertanyaan yang diajukan sangat bergantung pada pewawancara itu sendiri, bergantung pada spontanitasnya mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancarai. Wawancara demikian dilakukan pada latar alamiah. Dalam suasana yang wajar, biasa, sedangkan pertanyaan dan jawabannya mengalir secara natural seperti percakapan sehari-hari.

2) Pendekatan dengan menggunakan petunjuk umum wawancara

Wawancara ini mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok pertanyaan dalam proses wawancara

3) Wawancara baku terbuka

Jenis wawancara ini adalah yang menggunakan seperangkat pertanyaan baku. Urutan pertanyaan, kata-katanya dan cara penyajiannya pun sama pada setiap responden.

d. Dokumentasi

Dokumentasi dari asal katanya dokumen berarti barang-barang tertulis. Dokumen sudah lama digunakan sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan bahkan meramalkan.

Sedangkan bentuk dokumentasi yang akan digunakan dalam penelitian ini nantinya adalah dokumen tertulis berupa hasil wawancara dengan responden, hasil pengamatan, maupun gambar-gambar jika diperlukan.

4. Analisis data

Analisis data terdiri atas dua tahapan yaitu analisis ketika di lapangan dan pasca lapangan. Dalam prakteknya analisis data terdiri dari tiga jalur yang terjadi secara bersamaan dan atau berurutan yaitu: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/*verifikasi*. (Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, 1992 : 15-19).

Reduksi data diartikan sebagai sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Sebenarnya proses ini sudah mulai ada ketika peneliti

memutuskan kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilihnya.

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang telah terkumpul dari lapangan yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan kesimpulan. Penyajian ini bisa dalam bentuk naratif, deskriptif, bagan, matriks dan grafik sehingga memudahkan dalam penarikan kesimpulan.

Menarik kesimpulan/*verifikasi* hanyalah sebagian dari satu kegiatan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama kegiatan berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus diuji validitasnya.

B. Sistematika Pembahasan

Sebagai gambaran pembahasan yang sistematis, maka penulisan skripsi ini dituliskan sebagai berikut:

Bab I berisikan pendahuluan yang memuat latar belakang, dan rumusan masalah.

Bab II berisikan tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Bab III berisi tentang tinjauan pustaka, dan kerangka teoritik.

Bab IV berisikan metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab V berisikan pembahasan tentang gambaran lokasi penelitian, profil informan, persepsi jama'ah serta kelebihan dan kekurangan masing-masing lokasi.

Bab VI memuat penutup yang berisikan kesimpulan, saran-saran serta daftar pustaka dan lampiran-lampiran.