

PERAN OPINION LEADER DALAM SISTEM DAKWAH

(Analisis Difusi Jaringan Komunikasi)

Hasyim Hasanah

Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo
hasyimhaasanah33@gmail.com

ABSTRACT

This paper aims to explain the role of opinion leader in dakwah activities through the analysis of communication network diffusion. This paper uses a descriptive qualitative method, with a network analysis approach. The results showed that opinion leaders play an important role in accelerating and slowing the process of diffusion of dakwah information. The higher the ability of people to influence others, the higher the effort also in influencing behavior changes that occur in that person. This is because the opinion leader has the characteristic of making himself a media through innovation into society as a social system. An opinion leader also becomes a reference for media behavior (media behavior). That is, when the opinion leader is a Dai, he is a information disseminator of dakwah information that makes himself as one of the media forming behavior to change the order of values, attitudes, and behavior of people in a systematic and structured. Double role of a Dai to achieve social system changes and realize the life of the people who Sallam, hasanah, and thayyibah, and getting of Ridho Allah SWT.

Keywords: opinion leader, communication network analysis, dakwah

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk menjelaskan peran opinion leader dalam dakwah Islam melalui analisis difusi jaringan komunikasi. Tulisan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis jaringan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Para pemimpin opini memegang peranan penting dalam mempercepat maupun memperlambat proses difusi informasi dakwah. Semakin tinggi kemampuan orang mempengaruhi orang lain, maka akan semakin tinggi pula usahanya dalam memengaruhi perubahan perilaku yang terjadi pada orang tersebut. Hal ini dikarenakan opinion leader memiliki karakteristik menjadikan dirinya sebagai media lewatnya inovasi ke dalam masyarakat sebagai sebuah sistem sosial. seorang opinion leader juga menjadi rujukan bagi perilaku media (media behavior). Artinya, ketika opinion leader adalah seorang dai, maka ia merupakan penyebar informasi dakwah yang menjadikan dirinya sebagai salah satu media pembentuk perilaku untuk mengubah tatanan nilai, sikap, dan perilaku umat secara sistematis dan terstruktur. Peran ganda seorang dai guna mencapai perubahan sistem sosial dan mewujudkan kehidupan umat yang salam, hasanah dan thayyibah serta memperoleh ridha Allah SWT.

Kata Kunci: opinion leader, communication network analysis, dakwah

PENDAHULUAN

Dakwah Islam merupakan kegiatan islamisasi ajaran Islam dalam kenyataan hidup manusia sebagai sebab terbentuknya komunitas masyarakat berperadaban mulia. Dalam kegiatan dakwah ada keutamaan dalam memanasikan konsep hikmah secara mendalam. Artinya kegiatan dakwah tidak hanya sebatas amar ma'ruf nahi munkar, melainkan juga melibatkan dimensi material dan spiritual kemanusiaan. Al Ghazali menjelaskan bahwa dakwah melibatkan berbagai prinsip dan sistem. Salah satunya adalah menegakkan prinsip tauhid dan manifestasi kebijakan meliputi *husn at tadbir* (kecakapan manajerial), *fauzlat adzdzihan* (kecermatan yang sangat), *naqayat ar ra'yu* (kejernihan pikiran) dan *sawab az zaha* (ketajaman pikir)(Al ghazali, 1984:62). Artinya bahwa kegiatan dakwah islamiah harus dilandasi dengan prinsip dan sistem yang jelas supaya kerangka pemikiran dakwah dapat dikaji secara empiris melalui sistematika yang jelas. Dalam merancang kegiatan dakwah, diperlukan sebuah konsep integral yang meliputi pemahaman terhadap realitas sosial, cara yang akan dilakukan, dan tingkatan dakwah. Oleh sebab itu kegiatan dakwah memerlukan cara berfikir reflektif dalam berkeyakinan, berbudaya, bermasyarakat dan peradabannya yang semua itu tercermin dalam sistem

kemasyarakatan secara massif(Amrullah, 1996).

Memahami realitas sistem tersebut merupakan salah satu upaya untuk melakukan transformasi doktrin Islam, yang dilakukan bukan hanya sebatas pada kegiatan masyarakat, melainkan juga mencermati pola hubungan komunikasi yang terjadi antar individu yang selanjutnya akan menghasilkan terbentuknya jaringan komunikasi dalam suatu kelompok. Jaringan komunikasi merupakan penggambaran mengenai mekanisme "*who says to whom*" (siapa berbicara kepada siapa) dalam suatu sistem sosial. Jaringan komunikasi dalam sebuah masyarakat menggambarkan peristiwa komunikasi interpersonal, dimana pada sebuah kelompok masyarakat terdapat pemuka pendapat dan pengikut yang saling memiliki hubungan komunikasi pada suatu topik tertentu. Sistem ini melibatkan proses difusi, yaitu proses penetrasi inovasi biasanya dilakukan oleh pemuka pendapat (*opinion leader*) ke dalam suatu kelompok masyarakat sehingga terjadi perubahan pemahaman, perubahan sikap, serta perubahan perilaku pada kelompok masyarakat tersebut. Pemuka pendapat memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan suatu inovasi agar terjadi perubahan pemahaman, perubahan sikap, serta perubahan perilaku dalam suatu

kelompok. Identifikasi terhadap peran penting pemuka pendapat ini perlu dilakukan dalam kegiatan dakwah dengan harapan mereka dapat membantu mengkomunikasikan inovasi ini kepada anggotanya. Dalam proses dakwah islamiyah analisis terhadap proses jaringan komunikasi ini ditentukan sebagai sebuah model merangkai problematika unsur dakwah, sehingga tujuan dakwah tercapai.

Mencermati perkembangan dakwah sebagai sebuah kenyataan empiris dan jaringan komunikasi maka aspek dakwah islamiyah meletakkan figur da'i sebagai pemuka pendapat (*opinion leader*) yaitu orang yang mempengaruhi orang lain secara teratur pada isu-isu tertentu pemegang kendali kegiatan dakwah. Dalam proses dakwah, *opinion leader* merupakan pemuka pendapat, yang memiliki tanggung jawab dalam mempengaruhi *audience* atau mad'u. Dengan kata lain dapat dimaknai bahwa seorang da'i memiliki posisi sebagai pemuka pendapat dalam mempengaruhi dan merubah paradigma pemikiran mad'u khususnya dalam arus atau jaringan komunikasi dakwah islamiyah. Dengan adanya *opinion leader* diharapkan proses islamisasi ajaran Islam dapat terwujud. Permasalahannya adalah, saat sekarang semakin bertambahnya jumlah da'i yang tersebar di masyarakat ternyata tidak diimbangi dengan kemampuan *opinion*

leader yang baik. Hal ini berimplikasi pada semakin menurunnya kualitas islamisasi umat yang ditandai dengan munculnya banyak kekacauan, keonaran, anarkisme, radikalisme dan penyimpangan sosial lainnya. Implikasi permasalahan sosial semacam ini kemungkinan dapat dikurangi dengan munculnya *opinion leader* di masyarakat. Dengan difungsikannya kembali peran, posisi dan kedudukan da'i sebagai *opinion leader*, diharapkan kualitas islamisasi kehidupan masyarakat dapat terrealisasi, sehingga kebahagiaan hidup dapat terwujud. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam analisis jaringan komunikasi peran *opinion leader* dalam sistem dakwah islamiyah.

SISTEM DAKWAH ISLAMIIYAH

Dilihat secara teoretik dan pragmatik, selama ini dakwah pada umumnya dipahami sebagai suatu kegiatan amar makruf nahi munkar. Dari realitas klasik hingga sekarang, konsep dakwah tak lebih hanya sebatas usaha yang dilakukan oleh para da'I untuk menyeru serta mengajak kepada yang ma'ruf dan mencegah hal yang munkar. Amrullah Ahmad menyebutkan bahwa pada prinsipnya kegiatan dakwah lebih mengacu pada kegiatan mengajak manusia masuk ke jalan Allah (sistem Islam) artinya kegiatan dakwah merupakan wujud dari kenyataan

masyarakat dalam menginternalisasikan dan mentransformasikan nilai-nilai ajaran

Dalam hal ini dakwah tidak lagi sebatas ritual ibadah dan manifestasi tauhid, melainkan menjadi inti penggerak dalam dinamika pengembangan masyarakat Islam.

Selanjutnya dikatakan bahwa dakwah Islam merupakan manifestasi dari fenomena gerakan islamisasi yang terdiri dari fenomena keimanan (tauhid), sosial dan sejarah yang dapat dikaji secara empiris dan ilmiah. Yang dimaksud dengan kenyataan dakwah sebagai fenomena tauhid adalah bahwa kegiatan dakwah sangat erat kaitannya dengan kegiatan amar ma'ruf nahi munkar dalam dimensi aqidah Islamiyah sebagai landasan bagi setiap amal yang dilakukan manusia, sedangkan manifestasi dari fenomena tauhid dalam sistem ajaran Islam adalah merupakan aktualisasi dari nilai-nilai kesalehan atau

implikasi historis yang diwajibkan bagi umat manusia untuk islamisasi, transformasi dan aliansi sebagai upaya mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat, yang bersifat terus menerus sepanjang kehidupan manusia. Berdasarkan konsep pemahaman tentang dakwah yang telah dipaparkan di muka, maka dapat disimpulkan bahwa dakwah dalam sistem ajaran Islam memainkan kunci pokok dalam upaya menjabarkan fenomena ajaran Islam itu sendiri yang lahir dari manifestasi gerakan

Islam (Amrullah, 1986 : 3).

ikhlas, sebagai wujud konsistensi antara iman dan Islam (Nasution, 1996 : 224).

Adapun kenyataan dakwah juga dilihat sebagai fenomena sosial berangkat dari sebuah asumsi bahwa pada dasarnya dakwah erat kaitannya dengan problem-problem yang terjadi pada umat manusia. Berangkat dari asumsi ini maka dalam merancang sebuah konsep dakwah, maka diperlukan formulasi untuk mengidentifikasi problem kemasyarakatan serta menyiapkan konsep yang bersifat problem solving sebagai upaya mewujudkan kesalehan sosial. Dengan demikian maka secara implikatif, kegiatan dakwah masuk dalam sistem sosial kemasyarakatan. Sedangkan memahami dakwah sebagai sebuah fenomena sejarah, artinya bahwa dakwah merupakan internalisasi nilai-nilai keislaman di masyarakat.

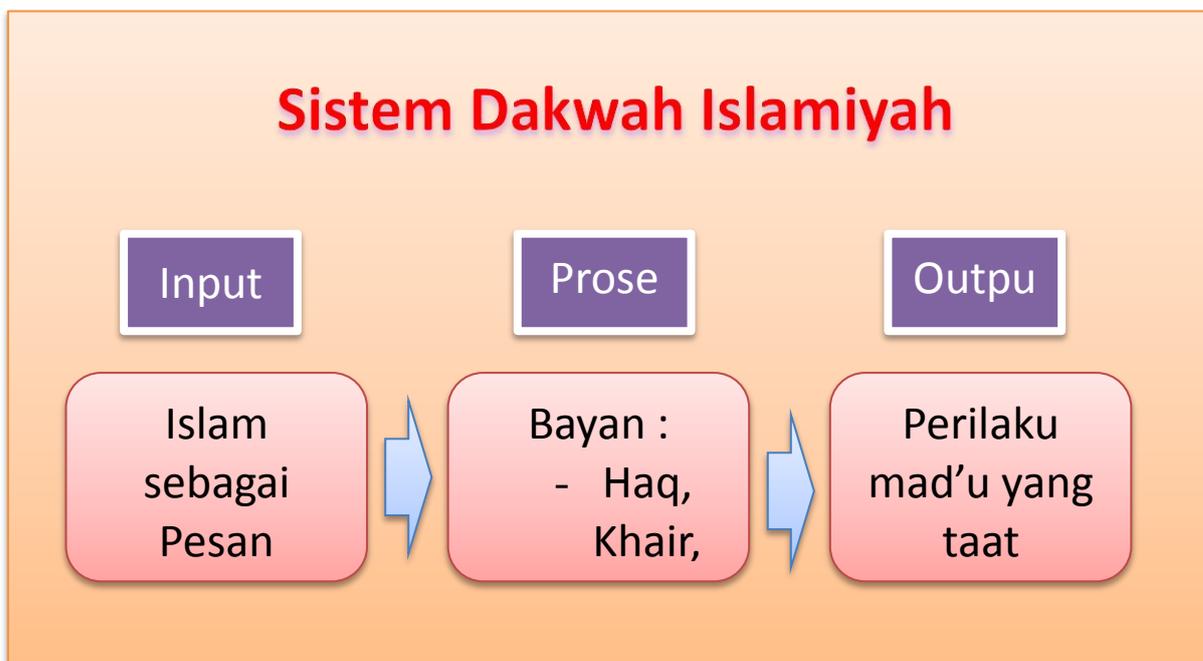
Mencermati progresifitas perkembangan keilmuan dakwah dewasa ini, ada beberapa gejala perubahan pola dakwah yang cukup menggembirakan. Gejala ini setidaknya ditandai dengan semakin banyaknya pakar dakwah yang memberikan konsepsi keilmuan dan menyusun secara sistematis kegiatan dakwah, sehingga secara epistemologis, dakwah semakin mendekati kesempurnaan. Kegiatan dakwah telah

memiliki upaya proses sistematisasi dakwah Islam melalui pengembangan wilayah kajian keilmuan dan analisis secara menyeluruh terhadap unsur-unsur dakwah, termasuk di dalamnya analisis terhadap problematika dakwah islamiyah. Mengutip pendapat

Syambas dan Subandi, al Mursyid menjelaskan bahwa dakwah merupakan sebuah sistem yang didalamnya terdapat sub sistem yang terdiri dari input, proses dan output.

Sub sistem ini terjalin sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, meskipun di antara sub sistem tersebut masing-masing dapat dibedakan. Sedangkan jika dilihat dari prosesnya, kegiatan dakwah berlangsung secara linear dan bersifat satu arah. Berikut ini adalah gambar sistem dakwah islamiyah.

Gambar 1



Setiap sub sistem dalam dakwah memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya, sehingga ketika terjadi perubahan pada salah satu sub-sistemnya maka hal itu akan mengakibatkan perubahan pada sub sistem lainnya (Enjang , 2009 : 1).

Dakwah Seebagai suatu sistem, berarti melibatkan interaksi yang harmonis antara unsur-unsur dalam kegiatan dakwah, yang bermakna bahwa unsur-unsur dakwah satu sama lain saling berkaitan dan saling mempengaruhi dalam pencapaian tujuan.

Dengan demikian, maka konsekuensi yang seharusnya diambil dalam perumusan dan pengembangan metode keilmuan dakwah adalah dengan cara melakukan analisis unsur-unsur dakwah yang disebutkan di atas secara integral dan menyeluruh.

HAKEKAT DAN TUJUAN SISTEM DAKWAH ISLAM

Berbicara mengenai hakekat dan tujuan sistem ilmu dakwah maka kita akan mengacu pada kerangka epistemologi, ontologi dan aksiologi dakwah islamiyah itu sendiri. Pada aspek epistemologi, sistem dakwah islamiyah tidak hanya menyangkut proses islamisasi tetapi juga pengembangan masyarakat dan pembangunan umat. Disamping itu dakwah tidak bisa hanya dilihat dari perspektif lokal saja, tetapi global karena secara empirik setiap unsur dalam sistem dakwah dipengaruhi aspek politik, sosial, budaya, dan sintek (sistem informasi dan teknologi)(Aep, 2009 : 93-94). Pendekatan dakwah tidak hanya terbatas pada bagaimana kita melihat unsure-unsur dakwah, melainkan perlu dilengkapi dengan pendekatan sistem yang menjelaskan interaksi antar unsure-unsur dakwah serta problem interaksi tersebut. Dengan demikian maka dakwah tidak lagi dilihat hanya sebagai kegiatan seni melainkan juga sebagai fenomena keilmuan yang menggunakan epistemologis yang jelas sehingga dakwah

Untuk keperluan ini, maka analisis pengembangan dakwah memerlukan sebuah pemahaman yang komprehensif dan mendalam terhadap tiap-tiap unsur dakwah(Syafa'at Habib, 1982 : 154)(Fuadi, 2001 : 22).

semakin memperkuat keilmuan khususnya dalam membentuk jati diri keilmuan dakwah itu sendiri(Wahidin, 2011 : 123).

OPINION LEADER

Pemuka pendapat atau yang biasa disebut dengan pimpinan pendapat adalah mereka yang membawa informasi baru, ide, dan pendapat, kemudian menyebarkan ke wilayah *public*, sehingga dapat mempengaruhi pendapat dan keputusan dengan demikian mempengaruhi pendapat dan keputusan orang lain. Pemuka pendapat adalah agen pengguna informasi aktif dan menafsirkan makna pesan konten untuk lebih meningkatkan pengembangan kualitas islamiyah(C. Tucker, 2008 : 202).

Biasanya pemuka pendapat merupakan orang yang memiliki posisi yang dijunjung tinggi oleh mereka yang menerima pendapatnya. Pemuka pendapat cenderung sebagai subjek yang lebih spesifik/ khusus, biasanya orang yang merupakan pemuka pendapat

dalam satu bidang dapat menjadi pengikut di bidang lain. Sebuah contoh dari pemuka pendapat dalam bidang teknologi komputer, mungkin bisa jadi teknisi lingkungan servis komputer. Teknisi memiliki akses ke informasi yang jauh lebih dalam mengenai topik ini daripada konsumen dan memiliki latar belakang yang diperlukan untuk memahami informasi, meskipun pada orang yang sama dalam bidang lain (misalnya olahraga) dan meminta orang lain memberi nasihat.

Menurut Schultz, pemuka pendapat lahir dan dikembangkan dari model komunikasi dua-arah. Model komunikasi ini dipengaruhi oleh ide-ide kontak pribadi antara orang-orang dengan pemuka pendapat (Schultz, 2002 : 37-35). Identifikasi terhadap pimpinan pendapat telah menjadi perhatian utama dalam *off-line* penelitian di lingkungan pendidikan dan komunikasi. Sekitar tahun 1948 telah terjadi peningkatan kegiatan penelitian komunikasi dan politik dalam dimensi kepemimpinan. Isu spesifik pemuka pendapat terletak dalam konseptualisasi idea tau pendapat yang memiliki keterlibatan secara intens dengan masalah atau topik tertentu. Menurut Lazarsfeld dan Katz (1948) pemuka pendapat muncul dari perhatian media dan isu-pengetahuan khusus mengenai kepemimpinan. (Katz:1957) Senada dengan pandangan di atas, pemuka pendapat lahir

dari adanya kesadaran proses perilaku komunikasi. Sehingga dengan semakin berkembangnya kebutuhan ini, maka pemuka pendapat menjadi salah satu tema bahasan paling actual dalam usaha peningkatan sensitifitas nilai, difusi sosial-komunikasi dan hubungan interpersonal.(Reingen : 1994)

Keberadaan opini leader dalam suatu komunitas memang memberikan corak dalam komunikasi massa, karena peran opinion leader tidak hanya mempengaruhi pemikiran dan pemahaman public melainkan juga memberikan informasi yang dapat merubah perilaku orang-orang yang dikenai pendapat/ opini tersebut. Berdasarkan kepentingan dan tujuannya, maka diperlukan upaya untuk dapat mengidentifikasi posisi dan peran pimpinan oppini. Menurut Albert Loudon dan David Della Britta (1984 : 77) seorang pemuka pendapat dapat diketahui dari beberapa hal dibawah ini:

1. Pemuka pendapat memiliki sekitar kelas sosial yang sama posisi sebagai pemimpin, meskipun mereka mungkin memiliki status sosial yang lebih tinggi dalam kelas.
2. Pemuka pendapat memiliki daya tarik yang lebih besar bagi orang-orang yang relevan dengan bidang minat mereka.

3. Pemuka pendapat memiliki kepentingan yang lebih besar dan pengetahuan tentang wilayah pengaruh dari perilaku orang biasa.
4. Pemuka pendapat lebih suka berteman dari kalangan biasa. Temuan ini logis, mengingat bahwa mereka harus berinteraksi dengan orang-orang yang mereka pengaruhi. Jadi, pemuka pendapat umumnya lebih ramah atau memiliki sikap kebersamaan dan menjaga hubungan interaksional.
5. Pemuka pendapat memiliki inovasi lebih dari orang-orang yang dipengaruhi.
6. Pemuka pendapat juga lebih akrab dan setia pada standar kelompok dan nilai-nilai dari orang-orang yang dipengaruhinya.

***Opinion leader* dalam jaringan komunikasi dan sistem dakwah Islam**

Opinion leader adalah orang yang menjadi pemuka pendapat dalam suatu kelompok/sub kelompok. *Opinion leader* dalam jaringan komunikasi dan sistem dakwah islamiyah ditunjukkan dengan adanya pola hubungan komunikasi individu secara efektif dan berkelanjutan, khususnya hubungan komunikasi yang mengarah pada individu tersebut. Mekanisme jaringan

komunikasi dan sistem dakwah islamiyah seorang individu yang berfungsi atau berperan sebagai *opinion leader* adalah individu yang memiliki intensitas tinggi dalam menjalin hubungan komunikasi dengan individu atau kelompok lain. Biasanya individu ini merupakan sumber informasi bagi individu lainnya dalam sistem jaringan komunikasi dan dakwah islamiyah.

Rogers dan Shoemaker (1971) mengemukakan bahwa *opinion leader* memiliki pengaruh informal terhadap individu-individu lain untuk mengubah sikap dan perilaku terhadap inovasi. Semakin efektif, dan intens hubungan komunikasi yang dibangun *opinion leader* dalam suatu jaringan komunikasi maka akan semakin tinggi tingkat adopsi jaringan komunikasi tersebut terhadap suatu inovasi pembangunan dan perubahan perilaku.

Peran *opinion leader* dalam sistem dakwah islamiyah

Opinion leader dalam sistem kegiatan dakwah islamiyah memiliki peran sentral dalam upaya mempengaruhi pemahaman dan pikiran orang lain yang berbeda dengan dirinya khususnya dalam proses islamisasi doktrin dan ajaran Islam, karena kehadiran da'i dapat menjadi pemuka pendapat sehingga akan memberikan corak dan warna dalam pemahaman seorang mad'u dalam hal

ini individu atau kelompok yang dipengaruhi. Selain itu terjadi perubahan perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Bagi seorang opinion leader, da'I dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi perilaku masyarakat/kelompok sosial. Menurut Amrullah Ahmad dalam makalahnya menyebutkan bahwa da'I adalah pimpinan individu maupun kelompok yang bertugas mempengaruhi perilaku dan aplikasi nilai-nilai ajaran Islam secara mandiri baik langsung (*direct*) maupun tidak langsung (*indirect*).

Peran secara langsung artinya apa yang disampaikan oleh seorang pemuka pendapat dalam hal ini da'i langsung mempengaruhi persepsi dan pemahaman individu-individu dalam kelompok itu, sehingga terjadi perubahan sikap dan perilaku sesuai dengan arahan dari pemuka pendapat (da'i). Peran secara tidak langsung biasanya dapat dicermati dari perilaku pemuka pendapat, artinya individu dapat mengobservasi segala gerak gerik da'i, kemudian meniru perilaku dan perbuatan dai sehingga terbentuklah kepribadian yang berakhlakul karimah.

Analisis Jaringan Komunikasi melalui Peran opinion leader dalam sistem dakwah islamiyah

Model analisis jaringan komunikasi dengan difusi inovasi biasanya dipakai dalam

tema pertanian dan anggota masyarakat desa, namun dalam perkembangannya, tema difusi inovasi ini juga dapat dimanfaatkan dalam kegiatan dakwah islamiyah karena analisis jaringan komunikasi dengan teori difusi inovasi ini memiliki dampak pengembangan penyebaran pesan sebagai ide baru. Rogers dan Kincaid (1981) menjelaskan bahwa analisis jaringan komunikasi adalah merupakan metode penelitian untuk mengidentifikasi struktur komunikasi dalam suatu sistem, dimana data hubungan mengenai arus komunikasi dianalisa menggunakan beberapa tipe hubungan-hubungan interpersonal sebagai unit analisa.

Tujuan menggunakan analisis jaringan komunikasi adalah untuk memahami gambaran umum mengenai interaksi manusia dalam suatu sistem. Beberapa hal yang dapat dilakukan dalam analisis jaringan komunikasi adalah:

1. Mengidentifikasi klik dalam suatu sistem,
2. Mengidentifikasi peranan khusus seseorang dalam jaringan komunikasi, misalnya sebagai *liaisons*, *bridges* dan *isolated*, dan;
3. Mengukur berbagai indikator (indeks) struktur komunikasi, seperti keterhubungan klik, keterbukaan klik, keintegrasian klik, dan sebagainya. Klik dalam jaringan komunikasi

adalah bagian dari sistem (sub sistem) dimana anggota-anggotanya relatif lebih sering berinteraksi satu sama lain dibandingkan dengan anggota-anggota lainnya dalam sistem komunikasi (Rogers dan Kincaid, 1981).

Dalam analisis proses difusi, untuk mendapatkan informasi bagi anggota kelompok jaringan komunikasi terdapat peranan-peranan sebagai berikut (Rogers dan Kincaid, 1981):

1. *Liaison Officer* (LO), yaitu orang yang menghubungkan dua atau lebih kelompok/sub kelompok, akan tetapi LO bukan anggota salah satu kelompok/sub kelompok.
2. *Gate keeper*, yaitu orang melakukan *filtering* terhadap informasi yang masuk sebelum dikomunikasikan kepada anggota kelompok/sub kelompok.
3. *Bridge*, yaitu anggota suatu kelompok/sub kelompok yang berhubungan dengan kelompok/ sub kelompok lainnya.
4. *Isolate*, yaitu mereka yang tersisih dalam suatu kelompok/sub kelompok.
5. *Kosmopolit*, yaitu seseorang dalam kelompok/sub kelompok yang menghubungkan kelompok/sub kelompok dengan kelompok/sub kelompok lainnya atau pihak luar.

6. *Opinion Leader*, yaitu orang yang menjadi pemuka pendapat dalam suatu kelompok/sub kelompok.

Analisis jaringan komunikasi opinion leader dapat dilihat dari struktur komunikasi yang dilakukan. Dimana struktur komunikasi tersebut menunjukkan tingkatan (level) hubungan interaksi seseorang dengan orang lain. Berdasarkan hal ini maka analisis jaringan komunikasi dapat dilihat dari tiga tingkatan yaitu tingkat jaringan komunikasi personal, tingkat klik dan tingkat system. Tingkat jaringan personal merupakan derajat dimana seseorang berhubungan atau terintegrasi dengan individu lain dalam jaringan komunikasinya. Pada tingkatan klik, berhubungan dengan derajat dimana para anggota satu klik berhubungan satu sama lain melalui arus komunikasi. Kedominannya klik, derajat di mana pola-pola hubungan antar klik tidak memungkinkan kesamaan. Pada tingkatan system adalah derajat dimana pola-pola hubungan dalam suatu sistem sosial tidak memiliki kesamaan.

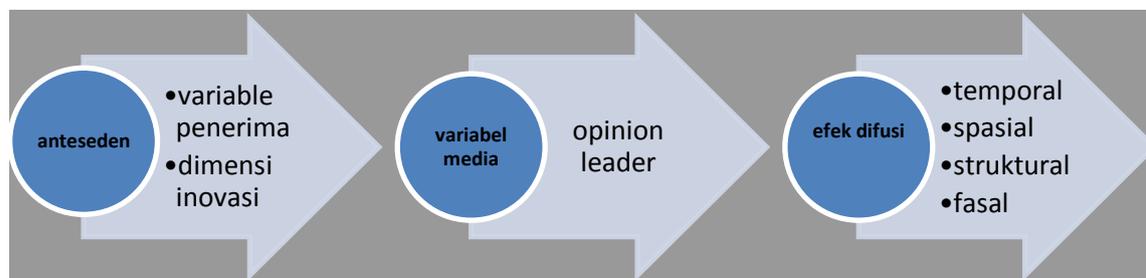
Dalam suatu jaringan komunikasi dan sistem dakwah islamiyah, terdapat pemuka-pemuka pendapat, yaitu orang yang mempengaruhi orang-orang lain secara teratur pada isu-isu doktrin nilai ajaran Islam. Karakteristik pemuka pendapat ini bervariasi menurut tipe kelompok yang mereka pengaruhi. Jika pemuka pendapat terdapat

dalam kelompok-kelompok yang bersifat inovatif, maka mereka biasanya lebih inovatif daripada anggota kelompok, meskipun pemuka pendapat seringkali bukan termasuk inovator yang pertama kali

menerapkan inovasi. Di pihak lain, pemuka pendapat dari kelompok-kelompok yang konservatif juga bersikap agak konservatif (Gonzales, 1993 : 36).

Pada proses difusi, yaitu proses masuknya inovasi dalam suatu kelompok sehingga terjadi perubahan perilaku, hampir semua pemuka-pemuka pendapat menyokong perubahan. Akan tetapi, pada beberapa kasus tertentu pemuka pendapat menentang pengadopsian suatu inovasi. Dalam proses dakwah islamiyah pemuka pendapat justru menjadi sentral transformasi dan islamisasi informasi ajaran yang berfungsi sebagai motor penggerak dinamika sosial keagamaan masyarakat.

Untuk melengkapi analisis jaringan komunikasi dalam proses difusi inovasi, peran opinion leader tidak hanya sebatas peran personal menyampaikan pesan dakwah (komunikator), lebih dari itu, komunikator secara simultan dapat menjadi motivator, mediator dan inovator, sehingga seorang opinion leader benar-benar menjadi motor penggerak bagi pengembangan potensi kelompoknya (mad'u), sehingga kesejahteraan dan kebahagiaan hidup umat dapat tercapai. Untuk menjelaskan model jaringan komunikasi dengan difusi inovasi maka dapat dilihat dari model berikut:



Gambar 2

Model jaringan komunikasi dengan difusi inovasi

Sholihati (2012) menyebutkan proses jaringan komunikasi menggunakan teori difusi inovasi melibatkan tiga komponen utama yaitu anteseden, variabel media, dan efek difusi (Solikhati, 2014:14). *Pertama*, anteseden jaringan komunikasi melibatkan

dua hal pokok; pertama, memetakan variabel penerima difusi inovasi (dalam hal ini mad'u atau komunikan) artinya variable penerima pesan dan ide baru harus jelas dan pasti, sehingga penyebaran pesan dakwah tepat sasaran; kedua, dimensi inovasi, yaitu

suatu ide, karya atau objek yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam dimensi inovasi terdapat empat aspek mendasar yaitu (a) inovasi, (b) dikomunikasikan melalui saluran tertentu, (c) jangka waktu tertentu dan (d) diantara para anggota suatu sistem tertentu. Empat aspek dalam difusi inovasi untuk mengkomunikasikan inovasi baru masing-masing anggotanya.

Kedua, variable media yaitu keberadaan opinion leader. Dalam hal ini opinion leader menjalankan fungsinya tidak hanya sebatas

pengetahuan, ide dan penemuan baru, membujuk sasaran untuk mengadopsi inovasi tersebut.

Proses analisis jaringan komunikasi dengan teori difusi inovasi *ketiga* mengasumsikan bahwa media massa mempunyai efek yang berbeda pada titik waktu berlainan, mulai dari menimbulkan tahu sampai mempengaruhi adopsi atau rejeksi. Dalam hal ini analisis jaringan komunikasi menghasilkan efek difusi yang bersifat temporal atau bersifat tidak tetap, spasial atau bertahap, struktural atau bertingkat dan fasal atau berkelanjutan, efek fasal mengacu pada lima aspek yaitu pengenalan, informasi, evaluasi, percobaan dan keputusan.

Roger dan Shoemaker menjelaskan bahwa model jaringan komunikasi yang

penyampai atau penyebar pesan ajaran islam (da'i) melainkan juga sebagai motivator, mediator dan inovator. Peran ganda seorang komunikator (da'i) berfungsi untuk mencapai perubahan sistem sosial dan mewujudkan kehidupan umat yang *salam, hasanah dan thayyibah* serta memperoleh ridha Allah SWT. Teori difusi inovasi sangat penting dihubungkan dengan penelitian efek komunikasi. Dalam hal ini penekanannya kemampuan pesan media dan opinion leader untuk menciptakan

tersusun dari anteseden, variable media, dan efek difusi dalam prosesnya melibatkan empat tahap yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan dan konfirmasi (Dennis, 1993:61). *Pengetahuan* adalah kesadaran individu (mad'u) akan adanya inovasi dan pemahaman tertentu mengenai inovasi tersebut berfungsi, *persuasi* pada tahapan ini individu (mad'u) membentuk sikap terhadap inovasi, *keputusan* artinya individu (da'i) secara aktif melibatkan dirinya pada aktivitas yang mengarah pada pilihan untuk menerima atau menolak inovasi, *konfirmasi* artinya individu (mad'u) mampu mencari pengetahuan (dukungan) terhadap keputusan yang telah dibuatnya, namun mereka juga dapat berbalik keputusan jika memperoleh isi pernyataan yang

bertentangan dengan konsep inovasi/ hal baru.

Model analisis jaringan komunikasi dengan difusi inovasi biasanya dipakai dalam tema pertanian dan anggota masyarakat desa, namun dalam perkembangannya, tema difusi inovasi ini juga dapat dimanfaatkan dalam kegiatan dakwah islamiyah karena analisis jaringan komunikasi dengan teori difusi inovasi ini memiliki dampak pengembangan penyebaran pesan sebagai ide baru. Dengan demikian dakwah islamiyah tidak hanya sebatas penyebaran atau penyampaian pesan ajaran Islam, melainkan sebagai wadah atau proses pengembangan hal-hal atau nilai baru, melahirkan perubahan sosial dan kehidupan yang *salam, hasanah dan thayyibah* serta memperoleh ridha Allah SWT.

Hasil penelitian Hasanah (2014) menyebutkan bahwa peran *opinion leader* dimanfaatkan sebagai sarana pendampingan dan pemberdayaan potensi keberagaman warga masyarakat. *Opinion leader* dilakukan oleh para aktivis perempuan melalui persebaran (difusi) pesan informasi tentang motivasional dan penyadaran. Informasi pesan dikemas dengan cara yang menyenangkan melalui jaringan komunikasi yang dimiliki oleh lembaga dakwah komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan komunikasi yang dimainkan para *opinion leader* mampu merealisasikan

peningkatan kualitas keagamaan sampai pada level 60 %.

Peningkatan kualitas keagamaan secara bertahap dapat dilihat dari capaian program pemberdayaan yang dilakukan Hasanah (2015:3). Pasca pelaksanaan penguatan manajemen LDK warga perumahan tahun 2013, program pendampingan dilaksanakan secara bertahap setiap tahun sesuai program kerja tahunan jaringan LDK. Tahun 2014 program telah berhasil mencapai peningkatan potensi keberagaman meskipun baru terealisasi sebagian. Tahun 2015 diarahkan pada pengoptimalisasian microguiding dan Jaringan Komunikasi LDK masjid untuk peningkatan potensi keberagaman (terealisasi 60%) (Hasanah, 2015:79). Kondisi dampingan awalnya telah memiliki jaringan relasi positif dengan komunitas lain. Pola relasi sosial baru dari masing-masing pemuka pendapat diwujudkan dalam bentuk komunikasi personal dengan warga di luar wilayah, melalui jaringan pertukaran pesan keagamaan dan *social learning* pada komunitas dakwah. Penelitian ini menunjukkan dan membuktikan bahwa peran *opinion leader* secara langsung dan tidak langsung dapat dimanfaatkan dalam peningkatan kualitas keberagaman masyarakat. Peningkatan kualitas

keberagamaan berdampak pada pencapaian tujuan dakwah, yaitu kebahagiaan lahir dan batin, dunia dan akherat.

PENUTUP

Dakwah islamiyah merupakan proses islamisasi ajaran Islam yang melibatkan fungsi psikologis dalam mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan hidup. Proses ini menuntut upaya dan strategi penyelenggaraan kegiatan dakwah yang efektif. Salah satu upaya efektif yang dapat dilakukan untuk mewujudkan tujuan dakwah adalah dengan adanya orang-orang yang mampu mempengaruhi pendapat (opini) dan mempengaruhi perilaku masyarakat. Mereka biasa disebut Para pemimpin opini. Secara teoritis para pemimpin opini memiliki fungsi dalam proses difusi adopsi inovasi yaitu upaya membangun umat dengan cara memberdayakan aspek pola jaringan komunikasi yang terjalin diantara kelompoknya. Implikasi keberadaan opinion leader dalam dakwah islamiyah dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi kecenderungan orang mempengaruhi orang lain, maka akan semakin tinggi pula perubahan perilaku yang terjadi pada orang lain. Hal ini dikarenakan opinion leader memiliki karakteristik menjadikan dirinya sebagai terusan bagi lewatnya inovasi ke dalam masyarakat sebagai sebuah sistem

sosial, dengan demikian seorang opinion leader juga menjadi rujukan bagi perilaku media (*media behavior*). Hal ini berarti, ketika opinion leader adalah seorang da'i, maka ia merupakan penyebar informasi pesan dakwah yang menjadikan dirinya sebagai salah satu media pembentuk perilaku untuk mengubah tatanan nilai, sikap dan perilaku umat secara sistematis dan terstruktur.

DAFTAR PUSTAKA

- Berlo, David K., *The Process of Communication An Intriduction to Theory and Practice*, New York: Holt, Rinehart and Winston Inc, 1960.
- Devito, Joseph A., *Komunikasi Antar Manusia*. Kuliah Dasar, Edisi Kelima, (Judul Asli : *Human Communication*), Jakarta: Professional Books, 1998.
- Fuadi, Maimun A. dan Gani, M.Ag, Ilmu Dakwah Dalam Perspektif Filsafat Ilmu (Suatu Telaah Pada Aspek Ontologi dan Epistemologi), *Jurnal al Bayan*, No.3, 2001.
- Gonzales, Hernando, Beberapa Mitos Komunikasi dan Pembangunan. Dalam Jahi, A. (Penyunting), *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-*

- negara Dunia Ketiga. Suatu Pengantar*, Jakarta: PT Gramedia, 1993.
- Gonzales, Hernando, *Kepemimpinan Kontak Tani Dalam Proses Difusi Inovasi Laporan Penelitian*, Mataram: Fakultas Pertanian Universitas Mataram, 1996.
- Gonzales, Hernando, Siti Hilyana, Farida Puspa, *Alur Komunikasi dan Keputusan Inovasi Teknologi Pengendalian Hama Terpadu di Kabupaten Lombok Timur*, *Jurnal GROTEKSOS Volume 7, Nomor 3*, Mataram, 1997.
- Habib, M. Syafa'at, *Buku Pedoman Dakwah*, Jakarta: Widjaya, 1982.
- Hanan, Abdul, dkk, *Faktor Yang Berhubungan Dengan Diakuinya Seseorang Sebagai Pemimpin Opini Dan Manfaatnya Untuk Kegiatan Penyuluhan*, *Jurnal Penyuluhan*, Vol. I, No. I, Bandung, 2005.
- Hasanah, Hasyim, *Microguiding dan Jaringan Komunikasi LDK (Sebuah Strategi Pemberdayaan Potensi Keberagaman Warga Perumahan)*, *Laporan Kaya Pengabdian Dosen*, LP2M UIN Walisongo, 2015
- Hare, A.P., *Handbook of Small Group Research*, New York: The Free Press, 1962.
- Knoke, David and James Kulkinskni, *Network Analysis*. London: Sage Publication, 1982.s
- Kusmawan, Aep, *Dimensi-dimensi Dakwah Islam*, Bandung: Widya Padjajaran, 2009.
- McQuail, Dennis dan Steven Windahl, *Communication Model for Study of Mass Communication*, London and New York: Longham, 1993.
- Muhadjir, *Kepemimpinan Adopsi Inovasi Untuk Pembangunan Masyarakat*, Rake Press Yogyakarta, 1987.
- Nuruddin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Jakarta: Rajawali Press, 2004.
- Rachmadi, F., *Sistem Komunikasi: Analsis Deskriptif Sistem Pers di Berbagai Negara*, Jakarta: PT. Gramedia, 1999.
- Rakhmad, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Rosda, 2001.
- Rakhmad, Jalaluddin, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Rosda, 2005.
- Rogers, Everett M. and Lawrence D. Kincaid, *Communication Network Toward a New Paradigm for*

Research, New York: The Free Press, 1981.

Rogers, Everett M. and Floyd F. Shoemaker, *Communication of Innovation, Second Edition*, New York: The Free Press, 1971.

Saputra, Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali Press, 2011.