



Kajian Al-Qur'an Dalam Bingkai Komunikasi

Nafiisatuzzahro⁽¹⁾, M. Abd Rouf⁽²⁾, Hamidatul Laila⁽³⁾

¹ Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia

^{2,3} Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia Email:

¹nafisatuz@gmail.com,

Informasi artikel	ABSTRACT
Sejarah artikel: Diterima 22 Desember 2021 Revisi 24 Desember 2021 Dipublikasikan 31 Desember 2021	By examining the communication aspect, it can be seen that the emergence of the Qur'anic verse in the phenomenon of the 212 Islamic Defense Action was motivated by various interests as well as mission propaganda. Thus, it can be seen why the presence of the main verse, Surah al-Maidah verse 51, can develop with the appearance of other verses in general that have no related meaning. The emergence of "paragraph 212" by the interests of communicators to build public opinion and carry out propaganda by making people influenced by the information provided. The content of the Qur'anic verses which are considered sacred are the main values that make information from communicators trusted by a group of people. When trust has been built in the community, then the next thing that happens is the actions of the community who have been affected by the information formed by the communicator. This point of action shows the success of the communication of the Koran carried out in the phenomenon of Action 212, as well as shows how the Koran functionally lives in the midst of Muslims. In addition to showing how the process of the reality of the Qur'an in society, this study also shows how munasabah verses have a new form. The relation of the verse which has been determined by the meaning of the verse, in this phenomenon is determined symbolically using the symbol 212. Once again this new form of munasabah occurs because of an interest behind the presence of the Qur'anic verse in the phenomenon of 212.
Kata kunci: Al-Qur'an Communication Munasabah	ABSTRAK
Keyword: Al-Qur'an Komunikasi Munasabah	Dengan meneliti aspek komunikasinya, dapat diketahui bahwa kemunculan ayat al-Qur'an dalam fenomena Aksi Bela Islam 212 dilatar belakangi berbagai kepentingan dan juga misi propaganda. Dengan demikian maka dapat dipahami mengapa kehadiran ayat utama, surat al-Maidah ayat 51, dapat berlanjut dengan kemunculan ayat lain yang secara umum tidak memiliki keterkaitan makna. Kemunculan "ayat 212" dilandasi oleh kepentingan komunikator untuk membangun opini masyarakat dan melakukan propaganda dengan membuat masyarakat terpengaruh oleh informasi yang diberikan. Muatan ayat al-Qur'an yang dinilai sakral menjadi nilai utama yang membuat informasi dari komunikator dipercayai oleh segolongan masyarakat. Saat kepercayaan telah terbangun dalam masyarakat, maka hal berikutnya yang terjadi adalah tindakan masyarakat yang telah terpengaruh oleh informasi yang dibentuk oleh komunikator. Titik tindakan inilah yang menunjukkan keberhasilan komunikasi al-Qur'an yang dilakukan dalam fenomena Aksi 212, sekaligus menunjukkan bagaimana al-Qur'an secara fungsional hidup ditengah segolongan umat Islam. Selain menunjukkan bagaimana proses realitas al-Qur'an dalam masyarakat, kajian ini juga menunjukkan bagaimana munasabah ayat memiliki bentuk baru. Relasi ayat yang selama ini ditentukan oleh makna ayat, dalam fenomena ini ditentukan secara simbolis menggunakan simbol 212. Sekali lagi bentuk munasabah baru ini terjadi karena sebuah kepentingan dibalik penghadiran ayat al-Qur'an dalam fenomena 212.

Pendahuluan

Kecuali dalam kajian al-Qur'an dan tafsir, secara umum al-Qur'an banyak hadir dalam masyarakat secara tematis. Ketika al-Qur'an sebagai kitab suci harus difungsikan sebagai sebuah dasar dalam berislam, maka dalam satu bingkai tindakan atau praktik keagamaan umat Islam akan muncul ayat setema yang mendasarinya. Seperti ketika umat Islam membutuhkan kehadiran al-Qur'an sebagai dasar dalam praktik ekonomi, berzakat, ataupun praktik yang lain, maka ayat yang akan dihadirkan adalah ayat setema yang berkaitan dengan hal itu. Dalam pola ini, cara menghadirkan al-Qur'an adalah dengan menariknya berdasarkan tema. Berbeda lagi dengan ketika dalam suatu praktik seperti mitoni yang dihadirkan berbagai macam surat pilihan, maka pola penghadiran yang muncul adalah dengan membangun sebuah relasi makna simbolis untuk satu tujuan tertentu, yaitu keutamaan makna surat sebagai doa untuk calon anak.

Jika dilihat secara lebih luas, selain pola diatas, ada sebuah pola penghadiran lain yang muncul tanpa relasi makna. Salah satu fenomena yang dapat menggambarkan hal ini adalah kehadiran beberapa ayat dalam Aksi Bela Islam 212, yang selain ayat utamanya, al-Maidah ayat 51, juga muncul ayat lain dalam satu fenomena seperti al-Baqoroh: 12, al-Anbiya': 2, al-Baqarah: 212 dan asy-Syu'ara': 212. Kehadiran surat-surat ini pada dasarnya tidak dilakukan secara tematis karena penghadiran ayat-ayat ini melalui penyamaan simbol angka 212. Meskipun pada akhirnya secara tekstual dibangun relasi maknanya, yaitu tentang orang kafir, namun relasi maknanya dibangun setelah penghadiran teksnya. Ayat-ayat ini terkesan dipaksakan kehadirannya dalam sebuah konteks. Untuk itu, dalam rangka mengetahui bagaimana proses sehingga ayat yang tidak memiliki relasi makna inni turut hadir dalam sebuah fenomena, maka dalam kajian ini akan digunakan perangkat ilmu komunikasi untuk mengetahui bagaimana polanya. Dengan menelusuri sistem komunikasinya, maka akan dapat diketahui bagaimana proses penghadiran ayat ini.

Metode

Kajian yang selama ini menghubungkan antara *Qur'anic Studies* dan *Communication Studies*, masih terjalin dalam

pengambilan konsep komunikasi dalam al-Qur'an, dengan usaha untuk mengungkap konsep komunikasi yang terkandung dalam al-Qur'an. Disamping itu, kajian mengenai transmisi al-Qur'an, atau juga dapat disebut dengan pengkomunikasian al-Qur'an, banyak dikaji menggunakan pendekatan sosial keagamaan, dimana aspek sosiologis dan psikologis mendominasi pembacaan atas kepercayaan umat Islam atas al-Qur'an sebagai dasar beragama. Adapun kajian pada fenomena tentang al-Qur'an yang dikaji dengan pendekatan komunikasi masih belum banyak dilakukan.

Dengan kemunculan kajian *living Qur'an*, hal ini cukup menunjukkan bagaimana para peneliti dan pemikir dalam bidang al-Qur'an berusaha terbuka dengan berbagai perangkat keilmuan baru untuk berpartisipasi dalam *Qur'anic Studies*. Akan tetapi, sebagaimana penulis ungkapkan sebelumnya, sejauh penelusuran penulis kajian ini masih banyak didominasi oleh perangkat ilmu sosiologi, psikologi, fenomenologi dan juga antropologi (Sahiron Syamsuddin:2007). Kajiannya banyak difokuskan pada bagaimana individu dengan segala aspek yang melingkupinya membangun sebuah kesadaran yang berujung pada dilakukannya sebuah praktik keagamaan sebagai aktualisasi dari resepsi mereka atas al-Qur'an. Adapun aspek komunikasi yang muncul masih sebatas sebagai alat bantu menjelaskan partikel-partikel dari objek, dan belum banyak menjadi sebuah sudut pandang utama dalam melihat fenomena. Padahal, jika kita lihat lebih dalam lagi dalam proses terbentuknya perilaku dalam praktik masyarakat, hal ini tidak hanya dipengaruhi aspek kepercayaan yang dimiliki oleh subjek perilaku, akan tetapi ada kaitannya dengan bagaimana cara komunikasi yang dipilih turut memberikan sebuah pengaruh tersendiri pada sebuah praktik.

Hasil dan pembahasan

Perlunya memahami berbagai fenomena terkait al-Qur'an dengan sudut pandang komunikasi adalah karena dengan mengetahui berbagai aspek komunikasi serta polanya, maka akan dapat dipahami bagaimana kemudian sebuah fenomena terbentuk. Dengan berbagai alasan, sudut pandang komunikasi ini perlu dihadirkan, mengingat bahwa tidak selalu yang diterima dan dilakukan oleh masyarakat

islam itu sesuai dengan makna teks, sehingga kajian pada aspek spiritual saja tidak cukup untuk menjelaskan terjadinya praktik sosial. Perlu juga ditelusuri pada bagian proses terjadinya secara lebih rinci menggunakan teori komunikasi, agar berbagai aspek kecil dalam proses komunikasi yang berimbas pada pembentukan praktik itu terbaca, sehingga penyebab dari pergeseran makna teks dapat diketahui.

Al-Qur'an yang dikomunikasikan oleh media

Proses transmisi al-Qur'an tidak akan pernah terjadi tanpa adanya media yang memediasinya (Baran dan Davis:2010). Mulai dari media tribal paling awal yaitu oral, yang jangkauannya terbatas, hingga media baru yang jangkauannya sangat luas, media transmisi al-Qur'an ini senantiasa berkembang menyesuaikan zaman (McGraw-Hill:1964). Dengan berubahnya media transmisi al-Qur'an, sedikit banyak hal ini mempengaruhi bagaimana cara penghadiran al-Qur'an dalam ruang dan waktu tertentu. Saat ini, ketika al-Qur'an banyak dimediasi oleh media baru yang sifatnya tidak mengenal batas ruang dan waktu Snickars dan Vonderau (2009) dapat dipastikan proses penghadirannya akan berbeda dengan ketika al-Qur'an yang dimasa lalu dimediasi oleh media tulis.

Saat ini, setiap saat al-Qur'an, baik teks maupun maknanya, dapat ditransmisikan dalam berbagai bentuk pemaknaan. Tidak hanya itu, dalam waktu yang singkat penyebaran al-Qur'an ini tidak dapat dibendung. Respons yang muncul juga cenderung lebih cepat. Pada menit ini sebuah pemaknaan al-Qur'an diunggah oleh seseorang di Amerika atau di Mesir, pada menit berikutnya, bahkan orang yang ada di Indonesiapun mampu merespons hal tersebut. Proses ini sangat jauh berbeda dengan ketika sebuah tafsir di abad 9 H masih dimediasi oleh media tulis. Terlebih lagi untuk meresponsnya, bahkan untuk memperoleh dan mengkonsumsinyapun butuh waktu yang sangat panjang. Kapasitas respons yang dimiliki keduanya juga berbeda. Saat ini media baru berbasis internet mampu menjangkau khalayak yang sangat luas, sehingga respons yang diberikan khalayakpun akan sangat bervariasi dan dalam jumlah yang besar. Cepatnya respons khalayak ini secara tidak langsung

menunjukkan bahwa arus keterpengaruhan khalayak melalui media ini sangat kuat.

Pada awalnya, al-Qur'an yang muncul di media lama cenderung muncul dengan stabil, seperti ketika al-Qur'an muncul di media tulis, maka sifatnya akan terbatas, demikian juga respons tidak akan langsung muncul. Sebaliknya dalam media baru, kemunculan al-Qur'an sebagai sebuah pesan yang dimediasi akan secara cepat mendapatkan respons, karena media ini bersifat sangat luas dan terbuka. Sehingga ketika ayat muncul dalam media ini, ia akan secara cepat dikomunikasikan dan mendapatkan respons. Kecepatan respons inilah yang kemudian menjadikan pola penghadiran ayat menjadi sangat dinamis. Setiap bentuk argument dapat muncul di media ini. Dalam hal ini media mengambil peran tersendiri dalam proses penghadiran al-Qur'an, sebab tanpa adanya media, maka proses penghadiran al-Qur'an tidak akan secepat ini.

Al-Qur'an dalam fenomena Aksi Bela Islam 212

Salah satu contoh transmisi al-Qur'an melalui media baru adalah yang ditunjukkan oleh fenomena Aksi Bela Islam 212. Secara kronologis, fenomena ini berawal ketika Ahok menyebut salah satu ayat al-Qur'an, al-Maidah ayat 51, dalam sebuah forum masyarakat, yang pada akhirnya diunggah di media sosial. Redaksi yang digunakan oleh Ahok ketika itu dinilai oleh beberapa pihak orang Islam sebagai sebuah penistaan agama, setelah video kampanyenya diunggah melalui internet. Fenomena ini berlanjut hingga terjadi sebuah aksi gerakan massa yang terkenal dengan Aksi Bela Islam 212. Yang menjadi poin penting di sini adalah dengan munculnya wacana penistaan agama dengan surat al-Maidah ayat 51, di internet, maka hanya butuh waktu yang relatif singkat, muncul berbagai respons dari khalayak. Sebagian respons hanya mengungkapkan kesepakatan atau ketidaksepakatan dengan isu penistaan agama. Sedangkan beberapa bentuk respons lain turut menyertakan ayat al-Qur'an dalam argumennya.

Yang menjadi unik disini adalah, bahwa pada dasarnya dalam fenomena ini, ayat utama yang muncul adalah surat al-Maidah ayat 51 sebagai ayat yang dimunculkan Ahok dan pada akhirnya memancing berbagai respons. Akan tetapi, selanjutnya jika ditelusuri melalui

pencarian di internet, baik di *website*, *Youtube*, *twitter*, *facebook*, dan media populer lainnya, menggunakan kata kunci “al-Qur’an”, “212” dan “aksi bela Islam”, maka akan muncul beberapa ayat al-Qur’an lain yang dihadirkan dalam fenomena aksi bela Islam sebagai sebuah respons. Diantara ayat-ayat tersebut adalah:

a. Surat al-Baqarah (2): 12

Ayat ini muncul karena kesesuaian angka antara symbol gerakan 212 dengan identitas ayat, sebagai ayat ke 12 dari surat ke 2. Ayat ini secara umum membahas tentang orang munafiq yang merupakan satu jenis diantara orang bertaqwa dan orang kafir.

b. Surat al-Anbiya (21): 2

Sebagaimana ayat sebelumnya, argumen untuk kehadiran ayat ini adalah kesesuaian identitas ayat dengan simbol aksi. Sedangkan maknanya, secara umum ayat ini membahas tentang hari akhir.

c. Surat al-Baqarah: 212.

Ayat ini dimunculkan dengan argument bahwa ayat ini adalah salah satu dari dua ayat yang merupakan ayat 212 di dalam al-Qur’an. Keunikannya adalah karena dalam al-Qur’an hanya terdapat dua ayat yang merupakan ayat 212. Secara umum, ayat ini membahas tentang keduniaan manusia, yaitu keterbuaian manusia termasuk orang kafir, akan fantasi dunia.

d. Surat Asy-Syuara’: 212

Sebagaimana ayat sebelumnya, argument dasarnya adalah bahwa dalam al-Qur’an hanya ada dua surat yang memiliki ayat 212 dan salah satunya adalah ayat ini.

Jika ditelusuri lebih jauh, maka keempat ayat ini tidak memiliki keterkaitan makna dengan ayat utama dalam fenomena ini, al-Maidah: 51, yang membahas tentang *auliya*’, yang banyak dipahami sebagai ayat tentang pemimpin. Keempat ayat ini juga tidak memiliki keterkaitan dengan konteks utama fenomena 212, yaitu tentang penistaan agama. Ayat-ayat ini dapat hadir karena memiliki kesamaan simbol angka dengan nama aksi yang dilakukan, yaitu 212. Secara makna memang pada akhirnya secara tekstual banyak dikaitkan dengan mencari titik temu keterkaitan maknanya. Akan tetapi dalam proses pencarian ayat pendukung ayat utama, komunikator tidak

menggunakan sistem pencarian yang tematis. Ayat pendukung tersebut muncul dengan sengaja diletakkan pada konsep ketidak sengajaan. Ayat-ayat yang secara makna tidak berkaitan dengan kepemimpinan nonmuslim maupun tentang penistaan agama ini hadir dengan penjelasan bahwa tanpa sengaja, ayat-ayat ini secara redaksional menunjukkan bagaimana orang kafir selalu meremehkan petunjuk Allah. Sebagian ayat-ayat ini cenderung dipaksakan untuk sebuah konteks.

Bagaimanapun cara penghadiran ayat, kehadiran ayat ini merupakan bagian dari bentuk komunikasi. Ada dua rangkaian komunikasi yang muncul dalam fenomena 212 ini. Pertama adalah rangkaian komunikasi yang pesannya berupa surat al-Maidah ayat 51 dengan hasil, sebagai respons masyarakat, berupa berbagai sanggahan hingga mendudukkan kasus tersebut sebagai penistaan agama. Sedangkan yang ke dua adalah proses komunikasi dimana ayat-ayat lain dihadirkan dengan konstruksi makna tertentu sebagai pesan, sehingga pada akhirnya isu tentang bela islam ini senantiasa eksis. Komunikator hanya sebatas memahami secara tekstual setiap ayat dalam potongan-potongan tertentu, sehingga dari potongan-potongan frasa ini dengan sistem *puzzle* dirangkai dan memunculkan sebuah makna yang saling mendukung antar makna ayat untuk konteks politik yang melatarbelakanginya.

Pola Komunikasi dalam Fenomena Aksi Bela Islam 212

Dalam melakukan kajian komunikasi, atau melihat sebuah objek pada aspek komunikasi dan menggunakan pendekatan komunikasi, maka tahap awal yang penting untuk dilakukan adalah menentukan atau mengetahui model komunikasinya. Model komunikasi ini berbeda dengan teori komunikasi. Menentukan model komunikasi adalah dengan mengetahui unsur-unsur serta faktor-faktor dalam sebuah komunikasi. Sedangkan teori adalah perangkat yang digunakan untuk menjelaskan hubungan dan interaksi antara unsur dan faktor yang menjadi bagian dari model.

Model paling sederhana dalam ilmu komunikasi adalah yang diilustrasikan oleh Harold D. Lasswell, dimana menurutnya komunikasi terbentuk atas lima unsur dasar, yaitu, komunikator, pesan, medium, khalayak dan akibat. Model yang selanjutnya menjelaskan secara lebih rinci adalah menurut Osgood dan Schramm yang memposisikan setiap pelaku komunikasi sebagai komunikator dan komunikan karena terjadi gerak balik berupa respons yang diberikan penerima kepada komunikator. Pola ini hampir mirip dengan pola pertama, tapi lebih kompleks prosesnya karena lebih banyak detail unsur-unsur komunikasi yang membangun (Juarsa Senjaya:2007), dimana formula komunikasi terdiri atas beberapa elemen berikut:

1. Komunikator

Komunikator merupakan sumber pesan, yang mana komunikasi tidak akan terjadi ketika tidak ada komunikator yang dengan sengaja mengirim dan menerima sebuah pesan. Dengan kata lain komunikasi merupakan ketiadaan tanpa adanya komunikator (Morrisson:2010). Dalam fenomena ini, komunikator bukan hanya Ahok sebagai orang pertama yang memunculkan ayat al-Qur'an, akan tetapi setiap orang yang ikut serta memunculkan al-Qur'an sebagai respons pun juga merupakan komunikator. Hal ini sebagaimana disebutkan dalam konteks politik bahwa komunikator ini bisa jadi adalah pelaku utama politik, tapi bisa jadi juga dia yang menjadi relawan. Dengan demikian, setiap orang yang mengakses internet untuk mengirim sebuah berita, dia adalah komunikator, sehingga setiap netizen yang merespons Ahok dengan ayat-ayat al-Qur'an yang lain juga merupakan komunikator.

Dalam mengkomunikasikan sebuah pesan, komunikator memiliki sebuah tujuan, baik untuk memberikan informasi atau meyakinkan khalayak (Dan Nimmo:1993). Dalam kasus ini, beberapa orang yang ikut serta menghadirkan ayat al-Qur'an sebagai respons atas kehadiran surat al-Maidah: 51, memiliki alasan tertentu untuk sebuah tujuan, baik secara langsung untuk menentang Ahok maupun untuk memberikan wacana tentang

pemaknaan al-Qur'an tentang isu penistaan agama.

2. Encoding

Elemen ini dapat kita pahami sebagai sebuah aktualisasi dari ide manusia. *Encoding* merupakan suatu kegiatan menerjemahkan ide menjadi pesan melalui media. Dalam fenomena ini *encoding* terjadi dua kali, pertama adalah yang dilakukan oleh agen yang berada dibalik media dengan melakukan pembacaan terhadap al-Qur'an dan kemudian diolah dengan berbagai warna makna sehingga menjadi pesan berupa susunan redaksional yang kemudian menjadi pesan yang akan di kirim melalui media berbasis internet. Sedangkan *encoding* ke dua adalah yang dilakukan oleh media sehingga terwujud kedalam pesan yang dikirim dan muncul dalam berbagai media berbasis internet, *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, *Website*, dan media populer lain. Terkait peranan media, dalam hal ini media baru memiliki kemampuan *encoding* lebih baik dari pada media lama, karena dapat melakukan *encoding* dengan waktu yang lebih singkat dan menjangkau khalayak yang lebih luas.

Secara khusus dalam proses *encoding*, dalam fenomena ini, ayat 2:12, 21:2 212 A dan 212 B, diolah dengan berbagai cara dan pertimbangan untuk kemudian diarahkan pada pembentukan pesan dengan kandungan spirit untuk melawan Ahok, yang dikategorikan sebagai orang kafir, sesuai yang disebutkan berbagai ayat 212. Dalam tahap ini komunikator menyusun pesan sebagai bahan untuk membentuk opini khalayak dengan memanfaatkan sakralitas al-Qur'an untuk membangun spirit umat Islam.

3. Pesan

Pesan adalah wujud fisik yang dihasilkan dari proses *encoding*. Pesan ini memiliki tiga elemen, yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyatakan makna dan susunan pesan. Tujuan yang diinginkan oleh komunikasi adalah makna pesan, yaitu keinginan tersembunyi dibalik pesan yang terekspresikan (Asep Saiful Muhtadi:2012). Bertolak dari tiga elemen pesan tersebut, pesan yang muncul di sini adalah pemaknaan terhadap ayat-ayat selain al-Maidah ayat 51 yang diperoleh dari relasi

simbolik angka 212. Seluruh penjelasan ayat yang termuat dalam media merupakan pesannya, yaitu bentuk kalimat penjelasan makna berdasarkan ayat al-Qur'an untuk mendukung Aksi Bela Islam. Dalam fenomena ini, seluruh ayat "212" dengan berbagai penjelasannya merupakan pesan utama yang maknanya disesuaikan dengan konteks dan apa yang dibutuhkan oleh konteks. Konteksnya adalah tema besar kafir dan kebutuhan konteksnya adalah untuk mengkritik Ahok.

4. Saluran

Saluran ini memiliki peran yang cukup penting dalam proses penyampaian pesan, karena tanpa adanya saluran maka akan terjadi perputusan proses dalam penyampaiannya. Saluran yang dimaksud untuk fenomena ini adalah seluruh media baru seperti *YouTube*, *Facebook*, *Twitter* dan lain sebagainya yang berbasis internet. Peran penting media berbasis internet ini adalah karena ia mampu menjangkau khalayak yang luas dalam waktu yang singkat, sehingga proses komunikasi dapat berlangsung dengan sangat efektif.

5. Decoding

Decoding adalah kegiatan penerimaan pesan atau dapat dipahami sebagai proses interpretasi pesan oleh komunikan atau agen penerima pesan. dalam proses ini pesan diinterpretasikan kepada bentuk yang berarti. Khalayak sebagai komunikan akan melakukan sebuah proses pemaknaan dan berusaha memahami pesan yang dikirim komunikator. Proses ini akan menentukan tindakan selanjutnya sebagai sebuah respons yang akan dilakukan oleh komunikan. Apa yang akan dilakukan oleh khalayak setelah menerima pesan dari media sosial, ditentukan oleh proses ini.

Ayat al-Qur'an yang diinterpretasikan oleh komunikator dalam *encoding*, direinterpretasi oleh khalayak sebagai komunikan pada tahap *decoding*. Ketika khalayak merespons pesan komunikator, maka khalayak memahami dan terpengaruh oleh opini yang diciptakan oleh komunikator. Pemahaman khalayak dalam fenomena ini dibentuk dari dua sisi, yaitu satu sisi membaca pesan yang berdasar al-Qur'an dan disisi lain adalah

pra pemahaman tentang penistaan agama. Dengan demikian, meskipun maksud komunikator untuk mempengaruhi khalayak tidak terlihat atau ditunjukkan secara jelas dalam pesan, akan tetapi kemampuan komunikan untuk memahami pesan, dengan selalu mengaitkan berbagai latar belakang konteks dengan pesan, akan menggiring keterpengaruhan khalayak akan pesan itu sendiri.

6. Komunikan

Komunikan adalah penerima pesan yang dalam hal ini adalah khalayak yang mengakses internet, baik yang secara sengaja menelusuri informasi tentang Aksi Bela Islam, maupun yang tidak sengaja membaca pesan tentang Aksi Bela Islam. Dalam membaca pesan ini, komunikan pasti telah memiliki pra pemahaman, baik persepsi mengenai sakralitas al-Qur'an maupun tentang kasus penistaan agama, sehingga penerimaannya akan pesan akan membuahkan pemaknaan baru dalam proses *decoding*.

7. Umpan balik (*feedback*)

Feedback merupakan sebuah respons atas pesan, yang apabila umpan balik ini tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator maka komunikator akan mengulangi pesan dengan cara yang berbeda (Asep Saiful Muhtadi:2012). Respons yang diberikan dalam fenomena ini sangat besar, terbukti hingga saat ini eksistensi fenomena bela islam tetap terjaga. Meskipun Aksi Bela Islam 212 telah berlalu, akan tetapi komunitas 212 masih tetap eksis dengan membuat komunitas Alumni 212. Hal ini menunjukkan bahwa *feedback* yang muncul dari komunikasi ini sesuai dengan apa yang dibidik oleh komunikator.

8. Gangguan (*noise*)

Munculnya gangguan ini menyebabkan pesan sulit untuk sampai. Gangguan yang mungkin terjadi dalam grup ini lebih banyak muncul dari media komunikasinya. (Asep Saiful Muhtadi:2012) Gangguan yang paling mungkin muncul disini adalah terkait koneksi internet, karena internet menjadi unsur terpenting yang menjadikan pesan tersampaikan.

9. Efek

Yang dimaksudkan efek di sini adalah perubahan yang terjadi pada komunikan, baik pengetahuan, sikap yang meliputi cara pikir perasaan, kecenderungan bertindak, ataupun perilaku (tindakan nyata). Perhatian pada aspek psikologi ini sangat menarik untuk dikaji dalam kajian komunikasi, terutama tentang perubahan perilaku dan efek interaksi dalam komunikasi (Edi Santoso:2010). Efek yang terjadi dari komunikasi ini adalah kesepakatan khalayak atas sebuah pandangan bahwa al-Qur'an itu sacral dan jika ada yang dianggap menodainya dalam bentuk apapun, maka umat Islam wajib membela. Lebih jauh lagi, pandangan ini berujung pada spirit umat Islam yang kuat sebagai bagian dari komunitas 212.

10. *Field of experience*

Elemen ini berkaitan erat dengan komunikator yang berpengaruh pada proses *encoding*. Latar belakang komunikator akan berpengaruh pada bagaimana dan seperti apa pesan yang disampaikan (Asep Saiful Muhtadi:2012). Hal paling jelas yang meliputi konteks komunikator adalah kesepakatan komunikator untuk mengkritik Ahok dan dukungan komunikator untuk aksi bela Islam 212. Fanatisme komunikator terhadap gerakan tersebut, mengantarkannya untuk mencari dukungan melalui ayat al-Qur'an.

11. *Frame of reference*

Elemen ini merupakan kerangka rujukan atau sesuatu yang dianggap penting dan berfungsi sebagai dasar dalam persepsi khalayak. Elemen ini dapat berupa ajaran agama, atau tokoh masyarakat yang dihormati (Asep Saiful Muhtadi:2012). Dalam fenomena ini, Al-Qur'an adalah sebagai kitab suci yang memiliki otoritas tinggi bagi umat Islam. Sakralitas al-Qur'an merupakan aspek penting yang menjadikan umat Islam tersinggung dengan pernyataan Ahok dan merupakan aspek penting yang kemudian mengantarkan komunikator untuk memilih membangun logika gerakan dengan menghadirkan al-Qur'an dalam pesannya.

Dengan mengetahui dan mengidentifikasi berbagai elemen

komunikasi ini, maka berikutnya data ini menjadi pijakan dan juga bekal utama dalam menelusuri proses komunikasi. Klasifikasi ini digunakan untuk mengetahui sistem komunikasi yang terjadi dalam fenomena 212 sehingga mampu menghadirkan ayat al-Qur'an yang secara makna tidak memiliki relasi satu sama lain dalam satu fenomena. Sebagai sebuah pesan, Al-Qur'an selalu dikomunikasikan, baik teksnya saja atau teks dan maknanya, dan terkadang juga dengan motif tertentu. Kali ini al-Qur'an dihadirkan pada sebuah konteks yang tujuan utamanya adalah membangun kekuatan emosional untuk mendukung sebuah kepentingan yaitu perlawanan terhadap Ahok.

Kepentingan di Balik Komunikasi Persuasif dalam Aksi Bela Islam 212

Setelah mengetahui pola dari komunikasi yang terjadi, maka berikutnya adalah membaca fenomena ini dengan teori komunikasi untuk mengetahui keterkaitan antara satu elemen komunikasi dengan elemen lainnya. Dengan demikian, dapat diketahui bagaimana ayat al-Qur'an yang secara makna tidak memiliki keterkaitan dapat ikut serta hadir dalam fenomena aksi bela Islam 212. Dalam kajian ini penulis tidak menekankan pada efek samping dari komunikasinya, penulis lebih tertarik untuk meneliti bagaimana relasi antar elemen komunikasi sehingga komunikasi yang terjadi menimbulkan sebuah efek.

Satu hal yang paling jelas terlihat menjadi pengikat yang mengaitkan teks dan konteks di sini adalah motif. Ayat al-Qur'an sebagai teks pesan dan konteks Aksi Bela Islam 212 diikat oleh komunikator dalam komunikasi dengan satu tujuan utama, yaitu motif untuk mempengaruhi khalayak sehingga mereka memiliki persepsi yang sama bahwa apa yang dilakukan Ahok merupakan sebuah kesalahan. Komunikator berusaha membangun opini khalayak dengan menggunakan al-Qur'an sebagai dasar pesannya (Dasrun Hidayat:2012). Dengan nilai sacral al-Qur'an yang tidak terbantahkan maka khalayak akan dengan sangat mudah menerima setiap argument yang diungkapkan komunikator dalam pesan.

1. Opini dan komunikasi persuasif dalam ayat 212

Salah satu proses penting komunikasi yang perlu dipertimbangkan

adalah persuasi, yang memunculkan efek samping melalui kesadaran komunikan untuk mengikuti pesan yang diterima (Heri Budianto dan Farid Hamid: 2011). Mengingat komunikasi ini muncul dalam konteks politik, maka dalam kajian komunikasi politik ditegaskan bahwa komunikasi dilakukan dengan membangun opini, dimana ia menghasilkan merubah persepsi, kepercayaan, nilai serta pengharapan pada komunikan (Nimmo:1993). Opini yang muncul digunakan untuk mengontrol ranah sosial. Dari sudut pandang komunikasi politik, sangat langka dalam kasus komunikais poltik, komunikator yang tidak berusaha untuk mempersuasi orang lain. Ada tujuan dan kepentingan tertentu yang ingin dicapai komunikator melalui pembicaraan (Nimmo:1993).

Dalam fenomena ini komunikator berusaha menggiring umat Islam untuk mempercayai bahwa al-Qur'an mendukung apa yang dilakukan melauai Aksi Bela Islam 212. Opini yang dibentuk oleh komunikator memiliki satu tujuan politis, yaitu perlawanan terhadap Ahok. Komunikator berusaha mempersuasi orang lain dengan menggunakan pesan-pesan persuasif untuk merubah kepercayaan, sikap dan perilaku orang dengan menggunakan kata-kata, kemudian menanamkan opini baru, dengan melibatkan tujuan atau kepentingannya (Nimmo:1993). Komunikasi sebagai tindakan persuasi ini pada gilirannya menjadi propaganda ketika khalayak kemudian sampai pada taraf menganggotakan diri dalam satu misi komunikator. Persuasi yang dilakukan adalah sebagai propaganda, sehingga kehadiran ayat-ayat yang secara makna tidak memiliki kaitan dengan ayat utama ini adalah dalam rangka propaganda.

Propaganda merupakan sebuah mekanisme kontrol sosial dengan menggunakan persuasi untuk tercapainya sebuah tujuan yang dilakukan dari satu ke banyak. Tatanan sosial yang dihasilkan dapat berupa pandangan sosial, kesetiaan politik maupun kepercayaan agama (Nimmo:1993). Dalam hal ini komunikator berperan sebagai propagandis yang menyusun sebuah opini untuk mengontrol

sosial dengan sebuah tujuan tertentu, dengan mempersuasi khalayak untuk mengambil sikap mendukung dengan gerakan pembelaan atas al-Qur'an.

Salah satu ciri dari misi propaganda ini adalah penggunaan berbagai macam media, dan memilih media yang cenderung akan dipercayai khalayak. Demikian juga yang dilakukan penggiat atau pendukung Aksi Bela Islam ini, mereka memilih media baru berbasis internet yang jangkauannya sangat luas. Selain itu, mereka tidak hanya menggunakan satu jenis media saja, mulai *YouTube* yang berbentuk audio-visual hingga berbagai media lain yang berbasis pesan teks. kondisi ketergantungan khalayak terhadap media, membuat media-media ini memiliki kekuatan yang luar biasa untuk memediasi komunikasi dalam membangun opini publik. Dalam sebuah komunikasi, media tidak hanya berperan memberikan informasi tapi juga membentuk sudut pandang dan membawa arah pemikiran khalayak. Dengan mempengaruhi kognisi khalayak, yang dipengaruhi bukan pikiran khalayak, akan tetapi apa yang harus dipikirkan oleh khalayak (Ilham Prisgunarto). Seperti inilah opini di bangun dalam masyarakat melalui teks.

Dalam hal ini, opini menjadi aspek penting sebagai sebuah peluru yang dibidikkan kepada khalayak sehingga persepsi mereka akan lumpuh ditangan komunikator. Dengan demikian Elemen komunikator yang dibentuk dan dipengaruhi aspek *field of reference*, mengambil peran penting dalam mengolah opini pada tahap *encoding* untuk dijadikan bahan utama misi propaganda. Selain dibentuk oleh *field of reference*, dalam proses *encoding* komunikator juga banyak mempertimbangkan aspek *Frame of Reference* yang pada tahap berikutnya akan banyak dipertimbangkan oleh komunikan yang akan dipengaruhinya. Hal ini juga didukung oleh aspek media baru sebagai saluran komunikasi yang dipilih untuk mempermudah tersampainya pesan. Pemilihan media yang tepat dan efektif sebagai saluran pesan, akan mempermudah tersampainya misi dalam komunikasi. Pengolahan dan penyusunan opini terjadi

dalam tahap *encoding*, yaitu ketika komunikator menyusun pesan dengan memasukkan beberapa ayat sebagai penguat argument dan mengaitkannya dengan berbagai konteks untuk mempengaruhi dan membangun emosi khalayak. Dengan menunjukkan bahwa ayat yang memiliki keterkaitan symbol dengan angka 212 memiliki relasi teks yang mengarah pada sikap negatif orang kafir, maka dengan mudah komunikator mengopinionkan bahwa setiap hal ini mendapatkan dukungan spiritual dari Sang Kuasa, dan khalayak akan menerima argumen ini.

Sedangkan penerimaan opini ada pada tahap *decoding*, yaitu ketika khalayak mulai memahami pesan dan terpengaruh serta termotivasi untuk mendukung Aksi Bela Islam 212. Dalam dua proses ini terjadi interpretasi yang kemudian dapat menghadirkan ayat al-Qur'an. Dalam tahap ini, komunikasi dalam lingkup *frame of reference* menghasilkan sebuah makna dalam proses *decoding* untuk kemudian memberikan *feedback* kepada komunikator berupa efek dari komunikasi, yaitu kesepakatan menjadi bagian dari golongan pendukung Aksi Bela Islam 212.

2. Keterikatan kepercayaan, nilai dan sikap

Sebagai aspek yang menentukan, opini diluncurkan untuk mempengaruhi dan menarik minat komunitas dengan cara mengungkapkan apa yang dipercayai, dinilai dan diharapkan seseorang dari objek-objek dan situasi tertentu (Nimmo:1993). Dalam sebuah teori komunikasi yang secara fokus melihat pola keterkaitan antara *belief*, *value* dan *attitude*, menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi dibentuk dari membangun kepercayaan khalayak akan sebuah nilai tertentu yang ketika nilai itu telah disepakati dan dipercayai, maka akan berimbas pada sebuah penyikapan. Nilai yang diakui bersama akan memunculkan kepercayaan bersama dan muncullah sebuah penyikapan dengan satu misi.

Dalam proses pembangunan kepercayaan ini komunikator berusaha mengkonstruksi realita masyarakat sesuai ideologi dengan cara menanamkan ideologi secara terus menerus dan pembudayaan

pada benak manusia (Heri Budianto dan Farid Hamid: 2011). Sebagaimana dalam fenomena ini, propaganda berhasil dilakukan oleh komunikator dengan dengan mengusung opini yang didasarkan pada al-Qur'an. Aspek sakralitas ayat yang diusung dalam opini ini menjadi nilai penting yang membangun kepercayaan masyarakat dengan mudah. Dengan adanya nilai penting tersebut maka kepercayaan masyarakat akan informasi dari komunikator akan mudah dibangun, sehingga berikutnya ketika kepercayaan itu sudah muncul maka masyarakat dengan cepat akan melakukan sebuah sikap, yaitu dukungan terhadap apa yang diinformasikan komunikator.

Dalam proses komunikasi yang terjadi, *value* ini terkandung di dalam pesan yang dibentuk oleh komunikator dan ditransmisikan kepada komunikan. Dalam proses *encoding* komunikator membubuhkan ayat-ayat al-Qur'an yang dinilai dapat mendukung sebagai nilai utama yang ingin ditransmisikan. Saat pesan telah disampaikan dan komunikan melakukan *decoding*, maka jika masyarakat, sebagai komunikan, menangkap nilai utamanya, ia akan memberikan *feedback* berupa kepercayaan terhadap informasi komunikator. Saat kepercayaan sebagai *feedback* tersebut muncul secara luas oleh khalayak, maka hadirilah sebuah efek berupa tindakan oleh masyarakat sebagaimana yang telah disepakati bersama komunikator dalam kepercayaan bersama. Tindakan nyata dalam fenomena ini adalah perlawanan terhadap Ahok, baik secara tidak langsung dengan mendukung komunikator dalam melawan ahok, maupun secara langsung ikut serta beraksi melawan ahok.

Konsep baru muhasabah ayat

Dari pembacaan terhadap fenomena ini, maka berbagai kepentingan dibalik pengkomunikasian al-Qur'an tanpa sadar mengantarkan pada bentuk baru muhasabah ayat. Dari bentuk komunikasi ini terbukti bawa relasi yang terbangun antar ayat tidak selalu muncul karena aspek pemaknaan, tapi kadang konteks menuntut untuk terjadinya relasi antar ayat dengan cara yang berbeda, dan itulah fenomenanya. Ada kepentingan konteks yang kemudian membangunkan relasi antar ayat ini. Jika dilihat kebelakang, selama ini bagaimana

teknik tentang munasabah ayat oleh ulama terutama mufasir, maka saat ini muncul teknik baru dalam memunculkan ayat-ayat secara bersamaan. Terlepas dari penilaian tepat dan kurang tepat, dalam fenomena ini makna benar-benar bersifat relatif dalam konteks. Dengan berusaha membangun relasi antar ayat untuk sebuah tujuan, komunikator telah menunjukkan sebuah cara baru dalam proses korelasi ayat.

Berbagai segmen informatif itu menjadi penyebab perubahan struktural, cultural and social. Al-Qur'an diturunkan dengan satu misi, dimana setiap ayatnya saling memiliki relasi satu sama lain. Dalam praktiknya pun, umat Islam seringkali menghipun berbagai ayat al-Qur'an yang memiliki kaitan untuk saling menguatkan sebuah dasar beragama, termasuk untuk menguatkan sebuah hukum. Sehingga untuk satu tujuan tertentu, umat islam seringkali menghadirkan berbagai ayat yang memiliki

Simpulan

Realitas al-Qur'an di tengah kehidupan muslim senantiasa mengikuti bagaimana perkembangan zaman, sehingga secara fungsional al-Qur'an yang hidup di masa lalu dan masa ini mengalami pergeseran bentuk yang dinamis. Transformasi realitas al-Qur'an ini terjadi karena berbagai alasan yang salah satunya dapat diketahui dengan melihat bagaimana proses ia dikomunikasikan dalam sebuah konteks. Salah satu fenomena transformasi realitas al-Qur'an ini ditunjukkan oleh fenomena Aksi Bela Islam 212. Dengan meneliti aspek komunikasinya, dapat diketahui bahwa kemunculan ayat al-Qur'an dalam fenomena ini dilatar belakangi berbagai kepentingan dan juga misi propaganda. Dengan demikian maka dapat dipahami mengapa kehadiran ayat utama, surat al-Maidah ayat 51, dapat berlanjut dengan kemunculan ayat lain yang secara umum tidak memiliki keterkaitan makna.

Kemunculan "ayat 212" di landasi oleh kepentingan komunikator untuk membangun opini masyarakat dan melakukan propaganda dengan membuat masyarakat terpengaruh oleh informasi yang diberikan. Muatan ayat al-Qur'an yang dinilai sakral menjadi nilai utama yang membuat informasi dari komunikator dipercayai oleh segolongan masyarakat. Saat kepercayaan telah terbangun dalam masyarakat, maka hal berikutnya yang

relasi satu sama lain sebagai sebuah bangunan argumen besar dan kuat. Namun seiring berjalannya masa, kehadiran al-Qur'an tidak selalu secara tematis untuk menguatkan argumen. Dalam beberapa fenomena, al-Qur'an dihadirkan untuk menjadi sebuah argumen pendukung dimana masing-masing ayat dikumpulkan dalam satu bangunan tanpa memiliki keterkaitan makna. Aspek terpenting yang dihadirkan adalah kehadiran al-Qur'an itu sendiri sebagai sebuah spirit keagamaan bagi sekumpulan manusia yang meyakini. Bagaimana dengan maknanya? Khususnya dalam fenomena ini, makna dinilai sangat relative dalam konteks, dan selama bunyi teks tersebut tidak mereduksi lafadz ayat, maka meskipun hanya potongan tertentu dalam ayat, beberapa orang akan tetap menerima sakralitasnya sebagai sebuah spirit keagamaan.

terjadi adalah tindakan masyarakat yang telah terpengaruh oleh informasi yang dibentuk oleh komunikator. Titik tindakan inilah yang menunjukkan keberhasilan komunikasi al-Qur'an yang dilakukan dalam fenomena Aksi 212, sekaligus menunjukkan bagaimana al-Qur'an secara fungsional hidup ditengah segolongat umat Islam.

Selain menunjukkan bagaimana proses realitas al-Qur'an dalam masyarakat, kajian ini juga menunjukkan bagaimana munasabah ayat memiliki bentuk baru. Relasi ayat yang selama ini ditentukan oleh makna ayat, dalam fenomena ini ditentukan secara simbolis menggunakan simbol 212. Sekali lagi bentuk munasabah baru ini terjadi karena sebuah kepentingan dibalik kehadiran ayat al-Qur'an dalam fenomena 212.

Daftar Rujukan

- Baran, Stenley J. dan Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba, 2010.
- Hamid, Farid dan Heri Budianto. *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Hidayat, Dasrun. *Komunikasi Antar Pribadi dan Mediana: Fakta Penelitian Fenomenologi Orang Tua Karir dan Anak*

- Remaja. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- McLuhan, Marshall. *Understanding The Media*. New York: McGraw-Hill, 1964.
- Morissan. *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya dan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Muhtadi, Asep Saiful. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Nasrullah, Rulli. *Cyber Media*. Yogyakarta: Ide Sejahtera, 2013.
- Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: Rosda Karya, 1993.
- Prisgunarto, Ilham. *Praktik Ilmu Komunikasi Dalam Kehidupan Sehari-Hari*. Jakarta: Teraju, 2004.
- Santoso, Edi. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Senjaya, S. Juarsa. *Materi Pokok Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2007.
- Snickars dan Vonderau, *The YouTube Reader*. 2009
- Syamsuddin, Sahiron. *Metodologi Penelitian Living Qur'an Dan Hadis*. Yogyakarta: th press, 2007.
-