

Kajian Hubungan antara Penyampaian Pesan Keagamaan Tsani Liziah dengan Pengetahuan Keagamaan Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial

¹Nadia Ushfuri Amini, ²Maman Chatamallah

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*
e-mail: ¹ushfurin@gmail.com, ²maman.chatamallah@gmail.com

Abstract. Correlation Between Religious Message Delivery by Tsani Liziah with Religious Knowledge of MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) Community in Social Media. The purpose of this research is to investigate the correlation between religious message delivery of Ustadzah Tasni Liziah with religious knowledge of MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta). The theory used is New Media, which the characteristics of social media become the stimulus of this research. It consists of participation, ability, community and connectivity. The participants of this research is the members of MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) community who are expected to be able to receive religious message delivered by Ustadzah Tsani Liziah through WhatsApp Messenger in order to increase religious knowledge of the community which covers ritual dimension, experiential dimension and intellectual dimension. The method used is correlational analysis which is intended to investigate correlation and degree of correlation between two variables or more. The X variable and Y variable in this research are ordinal scale. The techniques of data collection in this research are questionnaire, interview and literature study. The population involved are 32 members of the community or the whole population, so the sampling technique used is total sampling technique. The result of the study shows that religious message delivered by Ustadzah Tsani Liziah has correlation with religious knowledge of MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) community Sukabumi.

Key words: Social Media, Religiosity, Message Delivery.

Abstrak. Hubungan antara Penyampaian Pesan Keagamaan Tsani Liziah dengan Pengetahuan Keagamaan Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta di Media Sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara penyampaian pesan keagamaan Ustadzah Tsani Liziah, dengan pengetahuan keagamaan komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta). Teori yang digunakan adalah teori New Media dimana karakteristik media sosial menjadi stimulus dalam penelitian ini, yang meliputi partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas dan konektivitas. Adapun organism dalam penelitian ini adalah anggota komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) yang diharapkan dapat menerima pesan keagamaan yang disampaikan Ustadzah Tsani Liziah melalui media sosial WhatsApp Messenger sehingga meningkatkan pengetahuan keagamaan komunitas yang mencakup dimensi ritual, dimensi eksperiensial dan dimensi intelektual. Metode yang digunakan adalah korelasional yang bertujuan untuk meneliti hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih. Adapun variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket, wawancara narasumber, studi kepustakaan. Populasi yang diambil adalah 32 orang anggota komunitas atau keseluruhan dari komunitas. Sehingga teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling total. Hasil penelitian diketahui bahwa penyampaian pesan keagamaan yang disampaikan oleh Ustadzah Tsani Liziah memiliki hubungan dengan pengetahuan keagamaan komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) Sukabumi.

Kata kunci: Media sosial, Keagamaan, Penyampaian Pesan.

A. Pendahuluan

Komunikasi berkembang dengan sangat pesat, terutama pada proses penyampaian informasi itu sendiri. Saat ini banyak media baru yang bermunculan untuk mempermudah penerimaan dan penyampaian informasi, kini informasi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media salah satunya dengan hadirnya media sosial.

Perkembangan media sosial dianggap penting dan menjadi pembicaraan ramai di kalangan masyarakat luas. Tidak hanya sebagai media dalam bersosialisasi saja, media sosial juga menjadi topik menarik dalam dunia dakwah. Media sosial dapat dijadikan media dakwah yang murah dan mudah untuk digunakan. Penggunaan media sosial dalam dunia dakwah tersebut didukung dengan terus meningkatnya jumlah pengguna aktif media sosial di seluruh dunia dan juga Indonesia, termasuk media sosial WhatsApp Messenger.

Perkembangan media sosial WhatsApp dan besarnya jumlah pengguna WhatsApp tersebut mulai memasuki ranah dakwah Islam melalui penyampaian pesan keagamaan. Dakwah sendiri menurut Wahyu Ilaihi adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik (Ilaihi, 2010:17).

Dengan menggunakan WhatsApp, kita dapat melakukan obrolan online, berbagi file, bertukar foto dan lain-lain. (<http://id.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>). Proses komunikasi dalam media sosial WhatsApp tersebut membuat penyampaian pesan keagamaan atau dakwah menjadi lebih praktis untuk disampaikan kepada anggota komunitas Muslimah Cerdas Multitalenta (MCM). WhatsApp digunakan untuk membentuk hubungan sosial dengan orang-orang yang bersifat homogen seperti komunitas MCM yang didirikan oleh Ustadzah Tsani Liziah. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana penyampaian pesan keagamaan Ustadzah Tsani Liziah dengan pengetahuan keagamaan komunitas MCM Sukabumi yang meliputi dimensi ritual, dimensi eksperiensial dan dimensi intelektual.

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara teoritis maupun praktis, secara teoritis, memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan Ilmu Komunikasi, terutama proses penyampaian pesan keagamaan melalui media sosial. Secara praktis, diharapkan dapat mengetahui peran media sosial dalam penyampaian pesan keagamaan.

B. Landasan Teori

Kajian ini dilandasi oleh teori *New media* yang merupakan bagian dari komunikasi massa dimana berbagai konten seperti tulisan, audio, gambar dan video bergabung menjadi satu. Menurut Little John (2008:684), media baru adalah sebuah periode baru dimana teknologi interaktif dan jaringan komunikasi, khususnya internet, akan merubah masyarakat.

Media baru sebagai sebuah perkembangan yang terjadi pada teknologi dan informasi memiliki beberapa komponen, salah satunya internet. Menurut Septiawan Santana Kurnia, internet adalah sebuah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu (Septiawan, 2005). Untuk dapat mengakses internet dibutuhkan konektor, seperti : komputer, *smartphone* dan lainnya.

Media sosial merupakan salah satu aplikasi dalam media baru. Karakteristik media sosial menurut Muhammad Badri (2011:132), adalah:

1. Partisipasi
2. Keterbukaan
3. Percakapan
4. Komunitas
5. Konektivitas

Karakteristik media sosial ini dapat menjadi parameter dalam mengukur sejauhmana penyampaian pesan keagamaan yang disampaikan Ustadzah Tsani Liziah kepada anggota komunitas MCM Sukabumi di media sosial WhatsApp Messenger.

WhatsApp Messenger adalah aplikasi pesan seluler lintas platform yang memungkinkan untuk bertukar pesan tanpa harus membayar SMS. WhatsApp Messenger tersedia untuk iPhone, BlackBerry, Windows Phone, Android, dan Nokia, dan semua ponsel ini bisa berkirim pesan satu sama lain. Ini dimungkinkan karena WhatsApp Messenger memakai paket data internet yang Anda pakai untuk mengirim email dan menjelajahi internet, sehingga mengirim pesan dan tetap berhubungan dengan teman-teman tidak akan dikenakan biaya. Selain fitur dasar berkirim pesan, pengguna WhatsApp dapat membuat grup, saling berkirim gambar, pesan video dan audio dalam jumlah tidak terbatas.

(<http://www.whatsapp.com/>)

Keagamaan/religiusitas adalah perasaan keberagaman yang ada dalam diri penganut ajaran suatu agama. Dimensi-dimensi keagamaan/religiusitas Glock dan Stark:

1. Dimensi Ideologis (*the ideological dimension*)
2. Dimensi Ritual (*the ritualistic dimension*)
3. Dimensi Eksperiensial (*the experiential dimension*)
4. Dimensi Intelektual (*the intellectual dimension*)
5. Dimensi Konsikuensial (*the cosequential dimension*)

(dalam Ancok dan Suroso 2001:77)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Rakhmat, 2012:31) metode korelasional di gunakan untuk :

1. Mengukur hubungan di antara berbagai variabel.
2. Meramalkan variable tak bebas dari pengetahuan kita tentang variable bebas.
3. Meratakan jalan untuk membuat rancangan penelitian eksperimental.

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Burhan Bungin 2005:99). Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) yang berjumlah 32 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Oleh karena itu yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas MCM Sukabumi, maka peneliti menetapkan jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 32 orang.

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut “Apakah terdapat hubungan antara penyampaian pesan keagamaan Ustadzah Tsani Liziah dengan pengetahuan keagamaan Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp?”. Selanjutnya, pertanyaan besar dalam rumusan permasalahan ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara penyampaian pesan keagamaan dengan dimensi ritual (*the ritualistic dimension*) Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp?

2. Apakah terdapat hubungan antara penyampaian pesan keagamaan dengan dimensi eksperiensial (the experiential dimension) Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp?
3. Apakah terdapat hubungan antara penyampaian pesan keagamaan dengan dimensi intelektual (the intellectual dimension) Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp?

Dari hasil penelitian keempat rumusan masalah tersebut dijelaskan lebih terperinci sebagai berikut :

1. Analisis Hubungan antara Penyampaian Pesan Keagamaan dengan Pengetahuan Keagamaan Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp

Dari hasil penghitungan menggunakan SPSS didapat nilai korelasi sebesar 0,859 menunjukkan kuatnya hubungan/korelasi antara penyampaian pesan dengan pengetahuan keagamaan Komunitas MCM. Karena nilai korelasi positif artinya jika penyampaian pesan dikurangi maka pengetahuan keagamaan Komunitas MCM akan menurun sebaliknya jika penyampaian pesan ditingkatkan maka pengetahuan keagamaan Komunitas MCM akan meningkat.

Dari hasil di atas dapat diartikan bahwa penyampaian pesan keagamaan Ustadzah Tsani Liziah memiliki hubungan dengan pengetahuan keagamaan hal tersebut sesuai dengan karakteristik dari media sosial, yaitu :

1. Partisipasi
Social Media mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik. Hal ini mengaburkan batasan antara media dan khalayak.
2. Keterbukaan
Social media terbuka untuk umpan balik dan partisipasi, serta mendorong untuk memiliki, berkomentar dan berbagi informasi.
3. Percakapan
Saat media tradisional masih mendistribusikan konten ke khalayak, social media lebih baik dalam komunikasi dua arah.
4. Komunitas
Social media dapat membentuk komunitas dengan cepat.
5. Konektivitas
Kebanyakan social media berkembang pada keterhubungan ke situs-situs lain, sumber-sumber lain dan orang-orang lain. (Muhammad Badri, 2011:132)

2. Hubungan antara Penyampaian Pesan Keagamaan dengan Dimensi Ritual Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp

Dari hasil penghitungan menggunakan SPSS didapat nilai korelasi sebesar 0,579 menunjukkan cukup hubungan/korelasi antara penyampaian pesan dengan dimensi ritual Komunitas MCM. Karena nilai korelasi positif artinya jika penyampaian pesan dikurangi maka dimensi ritual Komunitas MCM akan menurun sebaliknya jika penyampaian pesan ditingkatkan maka dimensi ritual Komunitas MCM akan meningkat.

Dari hasil di atas dapat diartikan bahwa penyampaian pesan keagamaan Ustadzah Tsani Liziah memiliki hubungan dengan dimensi ritual hal tersebut memperlihatkan keterlibatan komunitas MCM dalam praktek-praktek keberagamaan cukup, sesuai dengan skala religiusitas Glock dan Stark, yaitu : Dimensi ritual (*the*

ritualistic dimension) adalah dimensi yang mengukur tingkat keterlibatan individu dalam praktek-praktek keberagamaan. Dimensi ritualistik merupakan dimensi yang mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianut. (Ancok dan Suroso, 2001).

3. Hubungan antara Penyampaian Pesan Keagamaan dengan Dimensi Eksperiensial Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp

Dari hasil penghitungan menggunakan SPSS didapat nilai korelasi sebesar 0,679 menunjukkan cukup hubungan/korelasi antara penyampaian pesan dengan dimensi eksperiensial Komunitas MCM. Karena nilai korelasi positif artinya jika penyampaian pesan dikurangi maka dimensi eksperiensial Komunitas MCM akan menurun sebaliknya jika jika penyampaian pesan ditingkatkan maka dimensi eksperiensial Komunitas MCM akan meningkat.

Dari hasil di atas dapat diartikan bahwa penyampaian pesan keagamaan Ustadzah Tsani Liziah memiliki hubungan dengan dimensi eksperiensial hal tersebut memperlihatkan derajat pengalaman keberagamaan komunitas MCM yang cukup baik, sesuai dengan skala religiusitas Glock dan Stark, yaitu : Dimensi eksperiensial (*the experiential dimension*) adalah dimensi yang mengukur derajat pengalaman keberagamaan seseorang. Dimensi Eksperiensial (Tasawuf/mistik) ini mengacu pada pemaknaan agama selalu terkait dengan masalah pengalaman, perasaan, persepsi dan sensasi manusia terhadap Tuhan (Ancok dan Suroso, 2001)

4. Hubungan antara Penyampaian Pesan Keagamaan dengan Dimensi Intelektual Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp

Dari hasil penghitungan menggunakan SPSS didapat nilai korelasi sebesar 0,728 menunjukkan kuat hubungan/korelasi antara penyampaian pesan dengan dimensi intelektual Komunitas MCM. Karena nilai korelasi positif artinya jika penyampaian pesan dikurangi maka dimensi intelektual Komunitas MCM akan menurun sebaliknya jika jika penyampaian pesan ditingkatkan maka dimensi intelektual Komunitas MCM akan meningkat.

Dari hasil di atas dapat diartikan bahwa penyampaian pesan keagamaan Ustadzah Tsani Liziah memiliki hubungan dengan dimensi intelektual hal tersebut memperlihatkan bahwa pengetahuan keberagamaan komunitas MCM kuat, sesuai dengan skala religiusitas Glock dan Stark, yaitu : Dimensi intelektual (*the intellectual dimension*) adalah dimensi yang menggambarkan seberapa besar pengetahuan beragama seseorang. Dimensi Intelektual (Pengetahuan) adalah pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi-tradisi (Ancok dan Suroso, 2001)

D. Kesimpulan

Melalui data hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara penyampaian pesan keagamaan dengan pengetahuan keagamaan Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp. Variabel X yaitu penyampaian pesan memiliki hasil signifikan dengan variabel Y pengetahuan keagamaan Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp.

1. Melalui data hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara penyampaian pesan keagamaan

dengan dimensi ritual Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp.

Variabel penyampaian pesan memiliki hasil signifikan dan cukup hubungannya dengan dimensi ritual Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp.

2. Melalui data hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara penyampaian pesan keagamaan dengan dimensi eksperiensial Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp. Variabel penyampaian pesan memiliki hasil signifikan dan cukup hubungannya dengan dimensi eksperiensial Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp.
3. Melalui data hasil penelitian yang telah dikaji oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara penyampaian pesan keagamaan dengan dimensi intelektual Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp. Variabel penyampaian pesan memiliki hasil signifikan dan kuat hubungannya dengan dimensi intelektual Komunitas MCM (Muslimah Cerdas Multitalenta) di Media Sosial WhatsApp.

Daftar Pustaka

- Ancok, D dan Suroso, F. 2001. Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-problem Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar (hal. 77).
- Badri, Muhammad. 2011. Corporate and Marketing Communication. Jakarta: Universitas Mercu Buana (hal. 132)
- Bungin, Burhan. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana PRENADA MEDIA (hal. 99).
- Ilaihi, Wahyu. 2010. Komunikasi Dakwah. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA (hal. 17).
- Jalaludin Rakhmat. 2002. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Littlejohn, Stephen W and Karen A.Foss. 2008. Encyclopedia of Communication Theory. London: Sage Publication (hal. 684)
- Septiawan Santana K. 2005. Jurnalisme Kontemporer. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Sumber lain :

- WhatsApp, <http://id.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>. Tanggal akses 4 Maret 2015, pkl. 20.14 WIB.
- WhatsApp, <http://www.whatsapp.com/>. Tanggal akses 11 Mei 2015, pkl. 10.15 WIB)