

Komunikasi Publik dalam Program Kajian Ladies Day Public Communication of Ladies Day Program

¹Retno Sukmarama Utami, ²Teguh Ratmanto

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹heyretno@gmail.com, ²teguhratmanto@gmail.com

Abstract. The phenomenon of saturation of the propaganda can be seen in the reduction of pilgrims were present in studies of Islam. It is inevitable phenomenon of saturation pilgrims to come in studies of Islam can be seen by still using the old understanding of propaganda generally interpreted as boring speech. The speech is very closely related to propaganda for lectures have the same shape with a speech that is equally only one communicator and listen to voice mail is a broad audience. Speech is one form of public communication, if speech is considered boring for Islamic studies it will be difficult to invite pilgrims arrive at the study of Islam. And we all know the origin of the word propaganda is invited. Thus if the speech is a form of public communication, the preaching and lecturing is one form of public communication. Deddy Mulayana reinforced with the opinion of the book *An Introduction to Communication Studies* which says that public communication is communication between a speaker with a large number of people (the audience) who can not be identified individually, so communication is often referred to speeches, lectures or lecture (general). The research objective: first, to find out how the systematic processing of public communications in the Ladies Day program and the second study, to find out how the heuristic processing of public communications within the study program Ladies Day. Methodology This study uses descriptive analytical study with data analysis techniques percentage of single table. The results of this study: first, processing systematic public communications within study programs Ladies Day, judging from the responses of pilgrims on the systematics message communicator is still not good, interlude expense in the study were still stiff, style delivery of content studies are still stiff, use of supporting materials such studies hadisth and Quran less propagated and verbal contact / face Ustadzah Haneen with pilgrims still stiff and secondly, processing heuristics public communications within study programs Ladies Day, judging from the responses of pilgrims about the statement Ustadzah Haneen pitched firmly to the pilgrims on the provision of a Muslim woman in Islam can not be accepted by the congregation well, the solution provided Ustadzah Haneen through the study material is still not acceptable to the pilgrims well and motivation delivered by Haneen Ustadzah Ladies Day in the study cannot be accepted by the congregation well.

Keywords: Descriptive Study, Public Communication, Study *Ladies Day*

Abstrak. Fenomena kejenuhan pada dakwah bisa terlihat pada berkurangnya jamaah yang hadir pada kajian-kajian islam. Tidak dapat dipungkiri fenomena kejenuhan jamaah untuk datang pada kajian-kajian islam bisa terlihat dengan masih menggunakan pemahaman lama umumnya dakwah diartikan sama seperti pidato yang membosankan. Pidato memang sangat erat kaitannya dengan dakwah karena ceramah memiliki bentuk yang sama dengan pidato yaitu sama- sama hanya ada satu komunikator dan yang mendengarkan isi pesannya adalah khalayak luas. Pidato merupakan salah satu bentuk komunikasi publik, jika pidato sudah dianggap membosankan untuk kajian-kajian islam maka akan sulit untuk mengajak jamaah datang pada acara kajian islam. Padahal kita semua tahu asal kata dakwah adalah mengajak. Maka dari itu jika pidato adalah salah satu bentuk komunikasi publik maka dakwah dan berceramah merupakan salah satu bentuk komunikasi publik. Diperkuat dengan pendapat Deddy Mulayana dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* yang mengatakan bahwa komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu, komunikasi demikian sering juga disebut pidato,ceramah atau kuliah (umum). Tujuan penelitian yaitu *pertama*, untuk mengetahui bagaimana pemrosesan sistematik komunikasi publik dalam program kajian *Ladies Day* dan *kedua*, untuk mengetahui bagaimana pemrosesan heuristik komunikasi publik dalam program kajian *Ladies Day*. Metodologi penelitian ini menggunakan studi deskriptif analitis dengan teknik analisis data prosentase tabel tunggal. Hasil penelitian ini yaitu *pertama*, pemrosesan sistematik komunikasi publik dalam program kajian *Ladies Day*, dilihat dari tanggapan jamaah mengenai sistematika pesan komunikator masih kurang baik, selingan candaan dalam kajian yang masih kaku, gaya penyampaian materi kajian yang masih kaku, penggunaan bahan pendukung materi kajian seperti Hadist dan Al-Quran kurang diperbanyak dan kontak verbal/tatap muka Ustadzah Haneen dengan jamaah masih kaku dan *kedua*, pemrosesan heuristik komunikasi publik

dalam program kajian *Ladies Day*, dilihat dari tanggapan jamaah mengenai pernyataan Ustadzah Haneen yang bernada tegas kepada jamaah mengenai ketentuan seorang muslimah dalam Islam belum bisa diterima oleh jamaah dengan baik, solusi yang diberikan Ustadzah Haneen lewat materi kajian masih belum bisa diterima oleh jamaah dengan baik dan motivasi yang disampaikan oleh Ustadzah Haneen dalam kajian *Ladies Day* belum bisa diterima oleh jamaah dengan baik.

Kata Kunci : Studi Deskriptif, Komunikasi Publik, Kajian Ladies Day

A. Pendahuluan

Program kajian *Ladies Day* ini muncul karena latarbelakang para perempuan dan juga ibu-ibu yang mengikuti kajian merasa memiliki banyak pertanyaan yang ingin disampaikan tetapi tidak bisa disalurkan dalam kajian umum Pemuda Hijrah yang terdapat jamaah laki-laki dan juga pengisi materinya rata-rata laki-laki sehingga ada rasa canggung untuk mengajukan pertanyaan. Maka dari itu, untuk membantu para ladies sebutan untuk ibu-ibu dan wanita muda agar dapat mengajukan pertanyaan seputar keluhan wanita dalam kajian dibentuklah kajian *Ladies Day* pada bulan Maret 2016 baru – baru ini.

Menurut Mia Fawziah, berdasarkan data yang direkap oleh anggota SHIFT Ladies rata-rata yang datang ke dalam kajian *Ladies Day* yang pertama yaitu perempuan-perempuan yang single 60%, sudah menikah 30% dan 10% tidak diketahui statusnya sudah menikah atau masih single. Akan tetapi pada kajian *Ladies Day* yang kedua terjadi penurunan jumlah jamaah ladies yang hadir dari 320 jamaah menjadi 160 jamaah yang hadir. Kondisi penurunan jamaah ini sangat disayangkan oleh anggota SHIFT Ladies karena mereka merasa apakah terjadi kesalahan dalam segi penyampaian materi ataukah ada alasan lain yang membuat jamaah menjadi berkurang drastis. Kemudian tidak hanya pada kajian kedua saja yang mengalami penurunan jamaah akan tetapi kajian *Ladies Day* yang ketiga juga mengalami penurunan jamaah sebanyak 125 jamaah yang hadir, bisa dikatakan sebanyak 35 orang ladies yang tidak hadir pada kajian yang ketiga. Namun tidak hanya pada kajian ketiga yang mengalami penurunan, pada kajian kelima terjadi penurunan drastis pada jumlah ladies yang hadir sekitar 96 orang pada tanggal 30 April 2016 di Auditorium Sabuga Bandung. Penurunan jamaah pada kajian *Ladies Day* yang ke tujuh tanggal 28 Mei 2016 juga sangat disayangkan menjadi 80 orang dan juga terjadi penurunan jumlah ladies yang hadir pada kajian yang ke delapan yaitu menjadi 72 orang pada tanggal 4 Juni 2016.

Penurunan jumlah jamaah pada kajian *Ladies Day* ini membuat peneliti penasaran apa yang menjadi penyebab terjadi penurunan jumlah jamaah yang hadir pada kajian *Ladies Day*. Apakah yang menjadi masalah adalah strategi penyampaian materi oleh pendakwah ataukah materi yang kurang disenangi oleh jamaah. Program kajian *Ladies Day* ini oleh peneliti akan dikaitkan dengan komunikasi publik.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Komunikasi Publik Dalam Program Kajian Ladies Day”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui bagaimana pemrosesan sistematik komunikasi publik dalam program kajian *Ladies Day* .
2. Untuk mengetahui bagaimana pemrosesan heuristik komunikasi publik dalam program kajian *Ladies Day*.

B. Landasan Teori

Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah teori pemrosesan informasi McGuire yang menyebutkan bahwa perubahan sikap terdiri dari enam tahap yang masing-masing tahap merupakan kejadian penting yang menjadi patokan untuk tahap selanjutnya. Tahap – tahap tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pesan persuasif harus dikomunikasikan
2. Penerima akan memperhatikan pesan
3. Penerima akan memahami pesan
4. Penerima terpengaruh dan yakin dengan argumen-argumen yang disajikan
5. Tercapai posisi adopsi baru
6. Terjadi perilaku yang diinginkan

McGuire mengatakan bahwa berbagai variabel independen dalam situasi komunikasi dapat memiliki efek pada salah satu atau lebih dari satu di antara tahap di atas. Variabel seperti kecerdasan, misalnya mungkin mengakibatkan kecilnya pengaruh, karena semakin cerdas seseorang akan semakin mampu mendeteksi cacat dalam sebuah argumen dan lebih suka memegang opini yang berbeda dengan yang lainnya. Tetapi mungkin lebih menarik perhatian karena semakin cerdas seseorang semakin besar ketertarikannya pada dunia luar.

McGuire (1968, dalam Severin & Tankard,2005:204) juga menyebutkan bahwa ciri khasnya variabel – variabel independen akan memengaruhi satu tahap dengan cara positif dan tahap lain dengan cara negatif. Teori pemrosesan informasi McGuire memberi kita sebuah pandangan yang bagus tentang proses perubahan sikap, mengingatkan kita bahwa ia melibatkan sejumlah komponen.

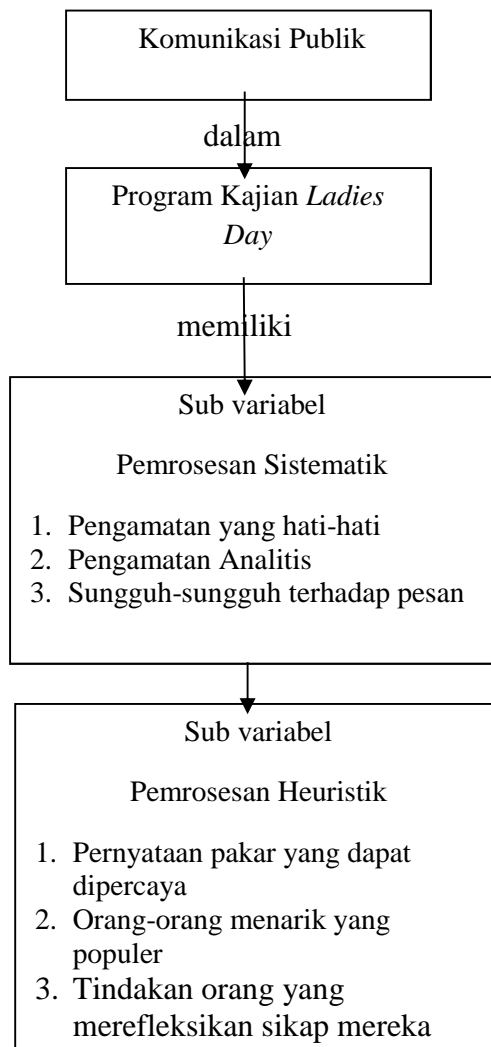
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori pemrosesan informasi McGuire dengan model proses pesan persuasi yaitu model sistematis heuristik (Chaiken, Liberman dan Eagly, 1989, dalam Severin & Tankard,2005:205). Model sistematis heuristik (Chaiken, Liberman dan Eagly, 1989, dalam Severin & Tankard,2005:205) mendeskripsikan dua cara pemrosesan pesan-pesan persuasi sistematis dan heuristik. Pemrosesan sistematis merefleksikan pengamatan yang hati-hati, analitis dan sungguh-sungguh terhadap pesan. Orang harus dimotivasi untuk mempraktikkan pemrosesan sistematis dan sebaliknya dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel situasi seperti tekanan waktu atau kurangnya keahlian di bidang tertentu. Pemrosesan heuristik adalah cara yang lebih baik sederhana yang menggunakan aturan-aturan atau skema prediksi untuk membentuk penilaian atau membuat keputusan. Contoh- contoh aturan yang mungkin dapat membantu pengambilan keputusan adalah “ pernyataan-pernyataan para pakar yang dapat dipercaya,” “ orang-orang menarik yang populer,” dan “ tindakan-tindakan orang yang merefleksikan sikap mereka.

Dalam kerangka pemikiran penelitian ini, peneliti menggunakan buku Teori Komunikasi oleh Werner J. Severin & James W. Tankard Jr untuk penelitian komunikasi publik dalam program kajian *Ladies Day*. Di dalam buku Teori Komunikasi oleh Werner J. Severin & James W ini peneliti memfokuskan pada sub variabel pemrosesan sistematis dan pemrosesan heuristik.

Dalam buku Teori Komunikasi oleh Werner J. Severin & James W, model sistematis heuristik dengan sub variabel pemrosesan sistematis memiliki indikator sebagai berikut : (1) pengamatan yang hati-hati, (2) pengamatan analitis dan (3) sungguh-sungguh terhadap pesan. Sub variabel pemrosesan heuristik memiliki indikator sebagai berikut : (1) pernyataan pakar yang dapat dipercaya, (2) orang- orang menarik yang populer dan (3) tindakan orang yang merefleksikan sikap mereka.

Model sistematis heuristik ini memiliki kelebihan yaitu situasi proses dimana persuasi terjadi ditetapkan terlebih dahulu untuk menjamin validasi terhadap pesan yang disampaikan. Menurut Chaiken (dalam Eagly & Chaiken, 1993, dalam jurnal Neila Ramdhani, 2009 : 7) pada dasarnya penerima pesan menginginkan pesan yang akurat. Pemikiran ini didasarkan pada dua hal yang kontradiktori, pertama bahwa individu ingin menganut sikap yang benar, kedua bahwa teori sikap mengemukakan bahwa sikap terbentuk dan berubah dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang memungkinkan masuknya berbagai proses subjektif dalam rangka memelihara hubungan interpersonal. Oleh karena itu, Chaiken mengemukakan bahwa ada dua motivasi lain dapat digunakan untuk mengetahui validitas informasi yang dapat dilakukan baik dengan proses heuristik maupun sistematis, yaitu *defence motivation* atau dorongan untuk mempertahankan suatu sikap tertentu dan *impression motivation* yaitu dorongan untuk menerima sikap agar individu dapat diterima secara sosial oleh lingkungannya.

Berkaitan dengan penelitian komunikasi publik dalam program kajian *Ladies Day* ini, sebagai komunikator harus bisa mengemas pesan dengan benar dan baik karena sesuai dengan pendapat Chaiken (dalam Eagly & Chaiken, 1993, dalam jurnal Neila Ramdhani, 2009 : 7) bahwa pada dasarnya penerima pesan menginginkan pesan yang akurat. Maka dari itu jamaah pada kajian *Ladies Day* pun menginginkan pesan/informasi yang benar dan akurat mengenai solusi permasalahan kehidupan wanita dalam agama Islam. Adapun cara mengetahui keseriusan jamaah untuk memperhatikan dan memahami pesan ialah dengan dua sub variabel yang ada pada gambar 1.1 dibawah ini :



C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan data tabel 10 sebanyak 47 responden atau 64% jamaah menjawab “YA” terhadap pernyataan mengenai gaya penyampaian materi Ustadzah Haneen yang kaku. Hal ini menunjukkan bahwa 64 % jamaah kurang senang dengan gaya penyampaian materi kajian oleh Ustadzah Haneen. Jika jamaah kurang senang dengan gaya penyampaian materi Ustadzah Haneen artinya itu akan lebih sulit bagi penerima pesan untuk memahami pesan.

Tabel 4.10 Gaya penyampaian materi Ustadzah Haneen yang terlalu kaku sehingga terasa membosankan

Pernyataan	F	%
YA	47	64%
TIDAK	27	36%
Jumlah	74	100%

N=74

Sumber : Hasil Angket

Dalam teori pemrosesan informasi McGuire mengatakan bahwa “berbagai variabel independen dalam situasi komunikasi dapat memiliki efek pada salah satu atau lebih dari satu di antara tahap teori pemrosesan informasi. Variabel seperti kecerdasan, misalnya mungkin mengakibatkan kecilnya pengaruh, karena semakin cerdas seseorang akan semakin mampu mendeteksi cacat dalam sebuah argumen dan lebih suka memegang opini yang berbeda dengan yang lainnya”. Jika pada tahap penerima/komunikasi memahami pesan tidak berhasil maka tidak akan menghasilkan respon kognitif yang positif maka selanjutnya penerima tidak akan terpengaruh dan tidak yakin dengan argumen-argumen yang disajikan oleh komunikator. Proses penerima pesan agar dapat memahami pesan dengan baik dibutuhkan motivasi dalam diri penerima pesan untuk bisa semangat memacu atau mendorong diri untuk bisa menjadi pribadi yang lebih baik dengan respon kognitif yang positif pula terhadap pesan/ informasi yang diberikan oleh komunikator. Jika motivasi untuk memperhatikan isi materi kajian saja berkurang maka akan sulit untuk bisa sampai pada tahap perubahan sikap, menurut Chaiken (dalam Eagly & Chaiken, 1993, dalam jurnal Neila Ramdhani,2009 : 7)

Pada dasarnya penerima pesan menginginkan pesan yang akurat. Pemikiran ini didasarkan pada dua hal yang kontradiktori, pertama bahwa individu ingin menganut sikap yang benar, kedua bahwa teori sikap mengemukakan bahwa sikap terbentuk dan berubah dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang memungkinkan masuknya berbagai proses subjektif dalam rangka memelihara hubungan interpersonal

Motivasi adalah suatu keadaan yang membangkitkan dan memelihara serta mengarahkan tingkah laku individu agar terdorong menuju pada satu tujuan untuk mencapai suatu kebutuhan. Peranan motivasi dalam kehidupan manusia sangat penting. Dengan motivasi penerima pesan bisa memacu diri sendiri untuk berperan aktif dalam memahami pesan dan juga berprestasi bagi diri sendiri menjadi suatu kebanggaan bisa menjadi pribadi yang lebih baik bahkan menurut McClelland (1953), seorang dianggap memiliki motivasi untuk berprestasi, jika ia memiliki keinginan untuk berkarya lebih baik dari karya orang lain. Artinya penerima pesan bisa bersaing dengan penerima pesan yang lainnya untuk berperan aktif memahami pesan dalam kajian yang diberikan oleh

komunikator. Bersaing disini memiliki konotasi yang baik yang dapat diartikan sebagai persaingan dalam memperbanyak melakukan hal-hal yang baik menurut agama Islam dan juga menjadi pribadi dengan sikap yang lebih baik lagi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pemrosesan sistematik komunikasi publik dalam program kajian *Ladies Day*, dilihat dari tanggapan jamaah mengenai sistematika pesan komunikator masih kurang baik, selingan candaan dalam kajian yang masih kaku, gaya penyampaian materi kajian yang masih kaku, penggunaan bahan pendukung materi kajian seperti Hadist dan Al-Quran kurang diperbanyak dan kontak verbal/tatap muka Ustadzah Haneen dengan jamaah masih kaku.
2. Pemrosesan heuristik komunikasi publik dalam program kajian *Ladies Day*, dilihat dari tanggapan jamaah mengenai pernyataan Ustadzah Haneen yang bernada tegas kepada jamaah mengenai ketentuan seorang muslimah dalam Islam belum bisa diterima oleh jamaah dengan baik, solusi yang diberikan Ustadzah Haneen lewat materi kajian masih belum bisa diterima oleh jamaah dengan baik dan motivasi yang disampaikan oleh Ustadzah Haneen dalam kajian *Ladies Day* belum bisa diterima oleh jamaah dengan baik.

E. Saran

Saran Teoritis

Dalam penelitian “Komunikasi Publik Dalam Program Kajian *Ladies Day*”, peneliti menggunakan teori pemrosesan informasi McGuire. Dari teori pemrosesan informasi McGuire peneliti dapat mengetahui tidak keseluruhan dari enam tahapan perubahan sikap terjadi pada jamaah kajian Ladies Day. Maka dari itu, diharapkan penelitian sejenis selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih baik ke depannya yang bisa memperlihatkan enam tahapan perubahan sikap dapat terjadi kepada komunikan/penerima pesan.

Saran Praktis

Hasil dari penelitian ini sebanyak 64% jamaah menyebutkan bahwa gaya penyampaian materi pembicara/komunikator masih terlalu kaku, maka dari itu ada baiknya adakan perubahan dan evaluasi dari segi penyampaian materi agar pendengar jauh dari rasa jenuh terhadap kajian *Ladies Day* serta anggota SHIFT Ladies dapat mengevaluasi hal-hal yang berkenaan dengan ide-ide materi kajian agar jamaah pada kajian *Ladies Day* bisa tertarik untuk mengikuti kajian *Ladies Day* selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Mc. Clelland, Atkinson, Clark & Lowell. (1953). *The Achievement Motive*. New York: Halsted Press.
- Deddy, Mulyana. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Ramdhani, Neila. 2009. “Pembentukan dan Perubahan Sikap,” dalam *Jurnal UGM.AC.ID*. Tahun 2009 (hal.1-19)
- Severin, Werner J & James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode & Terapan Di Dalam Media Massa*. Edisi Kelima. Kencana Prenada Media Group : Jakarta