

PERAN ULAMA SEBAGAI *OPINION LEADER* DI PEDESAAN DALAM MENGHADAPI INFORMASI HOAKS

Dadang Sugiana, Ira Mirawati, Putri Trulline
ira.mirawati@unpad.ac.id
Universitas Padjadjaran

ABSTRACT

Ulama is one of the opinion leaders in rural areas. Based on Two Step Flow Communication theory, they should be the information disseminator and legitimator for the community. However, is they still conduct that role in this digital era? Can Ulamas provide true information and play a role in counteracting hoaxes circulating through digital media? This study used descriptive methods with interviews as a data collection tool. The research informants were 17 Ulamas, 30-78 years old in Kecamatan Parigi, Kabupaten Pangandaran. The results shows that the majority of Ulamas over 50 years old do not have a smartphone, only a few of them have smartphones and have WhatsApp features as well as Facebook. They are not active in using it and are not at the forefront of knowing the latest issues circulating on social media. Communities in rural areas still make Ulamas as opinion leaders but not on news that develops on social media. Therefore, Ulama still have an important role in confirming hoax circulating on social media but their source of knowledge is not the internet but still guided by the Qur'an and printed holy books. These Ulamas argue that if the truth and benefits are unclear, they may not disseminate a message obtained from the internet. Ulama realize that information technology has developed greatly, but they argue that they do not need to preach about it. The problem of the community around them is the real problem that the solution is also through real discussion and communication.

Keywords: *Hoax, Opinion Leader, Social Media, Ulama*

ABSTRAK

Ulama merupakan salah satu *opinion leader* di wilayah pedesaan. Berdasarkan Two Step Flow Communication theory, mereka semestinya menjadi penyebar informasi yang benar dan terbaru bagi masyarakat. Namun masihkah peran tersebut di era digital ini? Apakah ulama dapat memberikan informasi yang benar dan berperan dalam menangkal hoaks yang beredar melalui media digital? Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan wawancara sebagai alat pengumpulan data. Informan penelitian adalah 17 orang ulama atau guru pengajian dengan rentang usia 30-78 tahun di Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulama yang berusia diatas 50 tahun mayoritas tidak memiliki *smartphone*, hanya beberapa orang saja yang memiliki *smartphone* dan memiliki fitur WhatsApp juga Facebook. Mereka tidak aktif menggunakannya dan

tidak menjadi yang terdepan dalam mengetahui isu-isu terkini yang beredar di media sosial. Masyarakat di perdesaan masih menjadikan ulama sebagai *opinion leader* namun bukan terhadap berita-berita yang berkembang di media sosial. Sehingga ulama masih memiliki peran penting dalam mengonfirmasi berita-berita hoaks yang beredar di media sosial namun sumber pengetahuan mereka bukanlah internet melainkan tetap berpedoman pada Al-Quran dan kitab-kitab cetak. Para ulama ini berpendapat jika tidak jelas kebenaran dan manfaatnya, mereka tidak boleh menyebarkan sebuah berita yang didapat dari internet. Ulama menyadari bahwa teknologi informasi telah sangat berkembang, tetapi mereka berpendapat bahwa mereka tidak perlu berkhotbah tentang itu. Masalah masyarakat di sekitar mereka adalah masalah nyata bahwa solusinya juga melalui diskusi dan komunikasi nyata.

Kata kunci: Berita Hoaks, Media Sosial, *Opinion Leader*, Ulama.

PENDAHULUAN

Sejarah menunjukkan bahwa Ulama memainkan peran penting dalam berbagai sektor kehidupan masyarakat di era konvensional. Ulama memiliki kekuatan pengetahuan dan menjadi teladan. Ulama memiliki dua peran dalam kehidupannya. Pertama, peran normatif, peran yang telah ditentukan sebelum seseorang menduduki posisi tertentu dalam masyarakat. Kedua, peran ideal. Ini adalah peran yang telah diharapkan oleh masyarakat untuk dilakukan bagi seseorang yang memiliki otoritas yang tinggi.

M. Quraish Shihab mengatakan setidaknya terdapat empat peran dipikul di pundak para ulama meliputi: *tablīgh*, *tabayyun*, *tahkīm* dan *uswah* (1992:383). Melalui *tablīgh*, Ulama menyampaikan makna Islam, mengajarkan inti agama, dan memberikan pendidikan Islam

kepada masyarakat. Sementara itu, dengan *tabayyun*, mereka menafsirkan atau menjelaskan Al Qur'an, mendefinisikan dan mengajarkan Hadist Nabi kepada masyarakat. Melalui *tahkīm*, Ulama mengeksplorasi sumber-sumber hukum Islam guna mengambil atau membuat keputusan serta kepastian hukum. Melalui *uswah*, Ulama menjadikan dirinya sebagai figur publik. Ulama bahkan menggerakkan politik Indonesia. Mereka memainkan peran sebagai pemimpin opini dalam konteks komunikasi pembangunan (Burhaduddin, 2013). Namun saat ini, Indonesia telah memasuki era digital. Banyak aspek sosial budaya telah berubah secara drastis. Media digital, diduga mampu membius orang-orang menempatkan media lebih dulu dan mengabaikan yang lain. Manusia cenderung mulai meninggalkan kebersamaan, hubungan kekeluargaan, dan kehangatan ikatan

sosial. Mereka dapat melakukan apa saja secara mandiri, termasuk memperoleh pengetahuan agama (Nagafifi, 2014). Pertanyaan yang muncul kemudian adalah: bagaimana peran ulama saat ini, apakah mereka tetap menjadi referensi masyarakat dalam menghadapi berbagai masalah?

Ulama memiliki fungsi untuk menjadi *opinion leader* bagi warganya atau pengikutnya di sebuah desa, informasi yang dipertukarkan pun beragam mulai dari masalah perekonomian sampai dengan pembangunan. Akan tetapi, ada kemungkinan kian hari peran dan fungsinya semakin bergeser manakala internet (termasuk media sosial) memiliki kekuatan yang luar biasa yang dapat menggiring terciptanya sebuah opini di masyarakat.

Penelitian Hiroko Horikoshi di Jawa Barat (Zuhrah, 2015:32) mengungkapkan bahwa peran ulama pada era orde baru yang paling menjadi perhatian dan tumpuan adalah peran mereka yang secara tradisional menjadi penanggung jawab dalam mempertahankan keyakinan warga. Mereka melakukan kegiatan pengajaran ilmu-ilmu agama, mereka juga melestarikan praktik-praktik ortodoksi keagamaan kepada para muslimin. Bukan hanya itu, dengan pengaruhnya, para ulama ditarik untuk menjalani peran sekunder untuk mengambil bagian

terlibat dalam praktik-praktik politik. Tujuan mereka bisa jadi murni untuk kepentingan rakyat, namun bukan tidak mungkin juga menjadi alat bagi pihak yang ingin mencari kuasa.

Peran, berdasarkan definisi yang diberikan oleh Soerjono Soekanto (2002:243) adalah aspek dinamis sebuah kedudukan atau status seseorang. Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya berdasarkan kedudukannya, dapat dikatakan bahwa ia menjalankan suatu peranan. Sementara itu, fungsi merupakan sekelompok aktivitas yang tergolong pada jenis yang sama berdasarkan sifatnya, pelaksanaannya, ataupun pertimbangan lainnya. Fungsi memiliki hubungan yang erat satu sama lain dengan peran. Fungsi dilakukan oleh seseorang yang memikul peran tertentu secara masing-masing berdasarkan sekelompok aktifitas sejenis menurut sifat atau pelaksanaannya (Sutarto, 1991:26). Ada dua jenis peranan menurut Soekanto (2002:220), yakni peran normatif dan peran ideal. Peran normatif adalah peran yang telah ditetapkan sebelumnya, sedangkan peran ideal merupakan peran yang diharapkan oleh masyarakat dilakukan oleh seseorang yang memegang peranan. Kemampuan seseorang untuk melaksanakan sebuah peran ideal sangat penting berkaitan dengan pemecahan masalah-masalah atau perubahan

keadaan selama ia memegang sebuah jabatan atau status tertentu.

Peran ulama di perkotaan dan perdesaan bisa jadi berbeda. Desa selama ini dipersepsi sebagai sebuah wilayah dengan karakteristik atau ciri-ciri berupa kesederhanaan, keluguan, dan kepolosan. Selama ini, desa juga dianggap memiliki nilai luhur atau bobot tersendiri karena mempunyai beragam kearifan lokal, misalnya dari kearifan sosial. Ferdinand Toniie menyatakan desa sebagai masyarakat *gemeinschaft* yang para warganya satu sama lain terikat oleh tali persatuan yang erat. Desa bukan hanya merupakan sebuah entitas administratif, namun merupakan entitas hukum dan entitas sosial. Selain itu, desa juga mempunyai aturan-aturan masing-masing yang membuat satu desa berbeda dengan desa lainnya (Suparman, 2012).

Suparman juga menyatakan bahwa sebagai entitas sosial desa dan masyarakat, pada desa terdapat pengaruh hubungan timbal balik antara unsur-unsur yang terdapat di dalamnya. Interaksi yang ada dapat membawa mereka untuk mengalami beberapa perubahan. Perubahan pada masyarakat desa bukan hanya berasal dari alam tetapi juga bisa lahir dari manusia-manusia itu sendiri atau masyarakatnya. Masyarakat perdesaan selama ini dikenal sebagai masyarakat yang mengedepankan paguyuban. Bagi mereka,

persekutuan dan kerukunan adalah prioritas. Hubungan antaranggotanya bersifat pribadi. Mereka saling mengenal satu sama lain dengan akrab. Mereka merasakan suka dan duka secara bersama dan juga memiliki rasa saling percaya dan saling dukung yang tinggi. Hubungan demikian bisa terjadi karena masyarakat perdesaan memiliki garis keturunan yang dekat. Terdapat kesatuan keluarga di antara anggota-anggotanya. Masyarakat perdesaan memiliki kesatuan adat dan kepercayaan yang tinggi. Bukan hanya itu, kerja dan pemilikan tanah juga bersifat guyub. Mereka melakukan berbagai pekerjaan secara bersama-sama, mulai dari kegiatan bercocok tanam, mendirikan rumah, membuat jalan raya, membangun jembatan, dan pekerjaan-pekerjaan lain dilakukan secara gotong royong. Semua itu menjadi karakteristik dan ciri penduduk desa. Mereka memiliki kristalisasi budaya dengan kearifan lokal yang luhur

Kearifan lokal pada masyarakat perdesaan bisa muncul karena interaksi antarwarganya yang berjalan dengan muatan nilai-nilai lokal yang luhur dan tidak terkontaminasi. Media baru dan jaringan sosial yang terbuka dengan masyarakat di luar desa yang biasanya akan membawa perubahan-perubahan, baik ke arah yang lebih

positif maupun bisa jadi ke arah yang negatif.

New Media atau media digital dapat diartikan sebagai media komunikasi yang teknologinya berbasis internet (Creeber dan Marten, 2009:11). Karena berbasis internet, media baru ini kemudian bersifat fleksibel dapat diakses di manapun sepanjang terkoneksi jaringan internet. Berbeda dengan media massa konvensional yang bersifat satu arah, media baru bersifat interaktif. Ia dapat digunakan secara privat untuk kalangan terbatas, maupun digunakan terbuka untuk *public* yang luas. Mengapa bisa demikian? Media baru lahir dari adanya digitalisasi dari berbagai teknologi analog yang selama ini ada. Ia lahir dari perkembangan teknologi dan sains yang terus maju dengan semakin banyaknya negara dan industri yang memiliki visi ke depan untuk mengembangkan kehidupan manusia yang lebih baik dan lebih mudah. Mereka mencitakan bagaimana semua hal yang awalnya manual menjadi otomatis. Semua yang awalnya rumit atau sulit menjadi ringkas dan mudah.

Media baru merupakan sebuah perangkat yang pada dasarnya merupakan sarana komunikasi yang memungkinkan manusia untuk dapat saling berinteraksi, bertukar pendapat dan informasi, atau membaca berita dari berbagai penjuru dunia. Media ini, melalui saluran jaringan internet

yang menyokongnya, mampu menghadirkan kecepatan kilat dalam mentransformasi pesan sehingga menjadi selekas tukar pesan tatap muka. Teknologi canggihnya juga bahkan mampu membuat komunikasi menjadi lebih efisien dan ringkas memberikan informasi kepada para penggunanya. Media digital sangat berbeda dengan media massa analog karena disokong oleh kekuatan internet yang memiliki kemampuan untuk mengode, menyimpan, menerima, bahkan memanipulasi pesan (Ruben, 1998:110). Ia membuat pesan menjadi lebih berwarna, contohnya melalui emoji, ragam karakter tulisan, dan gambar-gambar. Ini karena internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan *image* sendiri. Internet adalah sebuah jaringan global tanpa batas. Ia tidak dimiliki, dikendalikan, atau dikelola hanya oleh sebuah badan tunggal. Ia merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Oleh karena itu, media berbasis internet dapat berfungsi maksimal ketika sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet.

Saat ini, teknologi digital menjadi esensi pokok, yang sulit terlepasakan dari kehidupan manusia, terutama manusia modern. Media baru, secara teknologi memang

kompleks karena terdiri dari gabungan berbagai elemen. Oleh karena itu, media ini sering disebut juga dengan media konvergen karena mampu menggabungkan berbagai elemen media menjadi satu. Namun, kerumitan tersebut dibuat untuk menghadirkan sebuah teknologi yang memudahkan manusia (Lievrouw, 2011:20). Hasilnya, saat ini manusia bisa melakukan beragam aktivitas, mulai dari berkiriman pesan, melakukan transaksi, hingga mengakses transportasi hanya dengan menyentuh layer ponsel mereka.

Seiring dengan berkembangnya media baru, karakteristik desa sedikit demi sedikit juga berubah. Media baru juga turut menyeret desa ke dalam “*global village*” yang tak lagi memiliki batasan dengan dunia luar. *World Wide Web* (www) sebagai cikal bakal semua layanan berbasis internet merupakan sebuah lingkungan informasi yang terbuka, lentur dan penuh dinamika. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Hamdani M. Syam (2015:68) menunjukkan bahwa dampak berkembangnya media adalah menghasilkan perubahan pada budaya yang ada. Menggeser budaya lama dengan budaya baru, baik karena informasi yang dibawa oleh media baru tersebut ataupun media itu sendiri yang mengubah masyarakat. Namun, media baru juga menghasilkan “*the new opinion leader*” (Hananto, 2014:151), yakni

para seleb-seleb dunia maya, termasuk juga ustadz/zah di internet. Namun bagaimana dengan ulama di pedesaan, akankah mereka tetap dianggap penting?

Penelitian terdahulu yang dilakukan Liza Dwi Ratna Dewi (2015:215) menunjukkan bahwa kesulitan untuk memahami budaya-budaya baru yang masuk, bisa menjadi salah satu penghambat kemajuan. Robby Darwis Nasution, menemukan dalam penelitiannya bahwa hal lain yang menjadi penghambat kemampuan masyarakat desa untuk mengimbangi kemajuan era digital adalah kesenjangan sumber daya manusia. *Opinion leader* di pedesaan tidak cukup terampil untuk menyebarkan ilmu-ilmu baru pada masyarakat. Sayangnya, para pemimpin dan pemuka desa tidak maksimal menggunakan dan memanfaatkan media digital, bahkan meskipun perangkatnya telah disediakan. Pengguna internet di pedesaan didominasi oleh remaja (Subiako, 2013:243). Kurangnya peran pemerintah dan swasta dalam meningkatkan tingkat melek digital masyarakat pedesaan dan anggapan bahwa penguasaan media digital bukanlah sesuatu yang penting ikut memberi sumbangsih pada rendahnya pemanfaatan media digital oleh masyarakat pedesaan (Hadiyat, 2014:81).

Budiantoro dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Dakwah

di Era Digital” menyebutkan bahwa untuk berhasil menyebarkan ilmu islam di era modern ini, pemanfaatan media digital adalah sesuatu yang tidak dapat dielakkan (Budiantoro, 2017:88) di Media baru mendorong semua penggunanya untuk berkehendak dan dapat mengembangkan arah pengetahuan baru, yang berbeda dengan media-media “tradisional” ataupun komunikasi tatap muka belaka. Media digital ini juga membuat masyarakat dapat lebih mudah terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian dan pemberian kuasa yang lebih interaktif. Komunikasi tidak lagi satu arah. Masyarakat desa bisa dipengaruhi, namun sebenarnya juga dapat memengaruhi. Hubungan yang muncul dengan adanya media baru bersifat timbal balik.

Karakteristik internet yang berbeda ini, dan sudah diadopsi oleh masyarakat perdesaan, membawa perubahan dan perbedaan pada bukan hanya pada perilaku komunikasi masyarakat perdesaan namun juga peran dan fungsi berbagai elemen yang ada didalamnya, termasuk para ulama. Dalam *Two Step Flow Communication Theory*, yang dikemukakan oleh Paul Lazarsfeld, Bernard Barelson, dan Hazel Gaudet, para ulama ini semestinya bukan hanya menjadi menjadi pintu pengetahuan, namun juga pembentuk opini dan penentu pengambilan keputusan. Secara teoretis, informasi dianggap

mengalir dari media kepada individu yang akses medianya tinggi, lalu orang-orang ini meneruskan informasi tersebut (yang sudah diinterpretasi olehnya) kepada masyarakat di sekitarnya (Weimann, 2015:291).

Penelitian mengenai peran Ulama sebagai *opinion leader* di perdesaan dalam menghadapi informasi hoaks ini akan memaparkan tentang akses ulama terhadap media di era digital ini. Selanjutnya, akan dipaparkan pula tentang sumber legitimasi informasi yang mereka gunakan dalam ceramah ataupun untuk mengklarifikasi berita hoaks.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap 17 orang informan. Informan penelitian adalah ulama dalam hal ini adalah pimpinan pondok pesantren dan ustadz serta ustadzah berbagai kelompok pengajian di Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran. Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena wilayahnya yang masih sangat bernuansa perdesaan namun akses internet sudah bagus. Ini terlihat dari bagusnya kualitas sinyal internet dan banyaknya titik-titik wifi. Kecamatan ini pernah mendapatkan hibah bantuan internet dari Google, terutama untuk sekolah-sekolahnya.

Usia informan beragam, dengan rentang 30-78 tahun. Data dianalisis dan disajikan secara deskriptif. Wawancara dilakukan dengan mendatangkan para ulama ini ke kantor Desa Kecamatan Cinta Ratu. Undangan untuk wawancara dibuat dan disebar oleh pegawai Kecamatan Parigi. Dengan menggunakan metode wawancara ini, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai hal-hal yang mendalam mengenai bagaimana mereka menjalankan peran dan fungsinya dalam mengatasi berita-berita hoax yang juga sudah menerpa rakyat pedesaan.

Adapun teknik wawancara yang akan digunakan adalah wawancara pembicaraan informal dan wawancara dengan menggunakan petunjuk umum wawancara. Walaupun wawancara dilakukan secara informal terkadang informan merasa tidak diwawancarai, tetapi peneliti juga membuat pedoman umum wawancara yang berisikan kerangka pertanyaan yang harus ditanyakan kepada informan. Hal

tersebut dimaksudkan agar saat wawancara diperoleh data-data yang memang diperlukan untuk proses penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kata *opinion leader* mulai hangat diperbincangkan dalam dunia komunikasi sekitar tahun 1960. Saat ini kata *influencer* lebih sering digunakan dalam komunikasi. *Opinion leader* kemudian menjadi sangat lekat dengan kondisi di pedesaan karena masyarakat pedesaan masih dianggap memiliki pendidikan dan *media exposure* yang rendah. Para ulama dengan pendidikan yang tinggi lebih memungkinkan untuk mengakses media. Melalui seorang *opinion leader*-lah informasi yang datangnya dari media sosial diketahui oleh masyarakat di pedesaan.

Sebelum menguraikan hasil penelitian, berikut ini peneliti paparkan 17 informan yang diwawancarai pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 1
Data Informan Penelitian

NO	NAMA (JK)	Usia	PENDIDIKAN
1	Ai Aisyah (P)	50 th	S1 PG PAUD PESANTREN BABAKAN
2	U A Muiz (L)	47 th	PGAD Jogjakarta
3	Kokon (P)	30 th	Madrasah dan Aliyah
4	Oom Rohimah (P)	43 th	MTS PSI Hidayatul Athfal
5	Julaeha (P)	51 th	MI Pesantren

6	Dedah (P)	63 th	-
7	Ani Maryani (P)	31 th	SMA Pesantren
8	Dana (L)	40 th	SMA
9	Mustain (L)	58 th	SMA Pesantren
10	Hasan (L)	63 th	SD pesantren
11	Awang (L)	59 th	SD
12	Samli (L)	63 th	SMI
13	Abdul Majid (L)	65 th	Pesantren / Sekolah Rakyat
14	Mamdi (L)	45 th	Pesantren/ Sekolah Dasar
15	Supan (L)	65 th	Sarjana muda
16	Saliman (L)	76th	Sekolah Rakyat
17	Memed (L)	78 th	Madrasah

Sumber: Hasil Penelitian

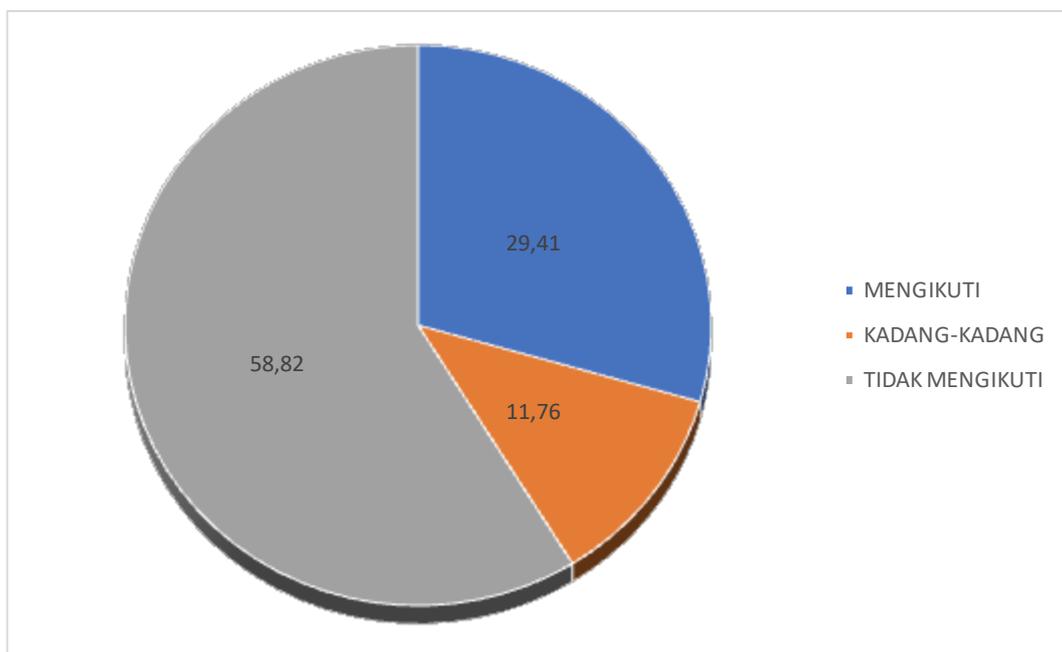
Ke-17 ulama yang menjadi informan ini memiliki rentang usia yang beragam, yang termuda berusia 30 tahun, sementara yang paling tua berumur 78 tahun. Pendidikan mereka juga beragam, rata-rata pernah mengenyam pendidikan pesantren pada jenjang SMP atau SMA. Ada yang pernah mengenyam pendidikan di perguruan tinggi yakni sebanyak 3 orang. Ketiganya mengambil bidang Pendidikan guru. Seorang informan bahkan tidak pernah mengenyam pendidikan formal. Hampir setengah dari informan (delapan orang), menjadi ulama (ustadz/ustadzah) karena meneruskan tradisi keluarga, Ayah mereka adalah pendiri pesantren atau ulama di desa mereka. Enam orang menjadi ustadz/ustadzah karena diminta oleh Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) di desa mereka. Desa tersebut membutuhkan guru mengaji, baik untuk anak-anak maupun ibu-ibu, dan mereka dianggap layak untuk

menjadi guru tersebut. Tiga orang menjadi ustadz/ustadzah karena inisiatif mereka sendiri yang menyadari bahwa dilingkungannya memerlukan orang yang dapat mengajari mereka tentang agama.

Dari analisis data yang dilakukan diperoleh gambaran bahwa mayoritas dari ulama tidak memiliki *smartphone* hanya beberapa orang saja yang memiliki *smartphone* dan memiliki fitur WhatsApp dan Facebook yang aktif menggunakannya dan mengetahui isu-isu terkini yang beredar di media sosial. Masyarakat di perdesaan masih menjadikan ulama sebagai *opinion leader* terhadap berita-berita yang berkembang di media sosial. Sehingga ulama masih punya peran yang signifikan dalam mengonfirmasi berita-berita hoaks yang beredar di media sosial ketika para peserta dalam sebuah pengajian mempertanyakan hal-hal atau berita-berita yang beredar di media sosial.

Dalam kasus lain, ulama menyadari bahwa publik harus melawan berita palsu atau berita bohong dengan cara tabayun atau klarifikasi, menghidupkan kembali alasan, memvalidasi akal sehat dalam konteks ajaran Islam dari setiap informasi yang diterima. Jika tidak ada keraguan kebenaran dan

manfaatnya, orang tentu bisa menyebarkannya. Namun, jika tidak jelas kebenaran dan manfaatnya, mereka tidak boleh menyebarkan. Berikut ini diagram yang memperlihatkan keikutsertaan ulama pada isu-isu yang berkembang di media sosial



Gambar 1. Keikutsertaan Ulama pada Isu-isu yang berkembang di Media Sosial

Dari sejumlah 17 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 29,41% mengikuti isu-isu yang beredar di media sosial. Para ulama yang mengikuti isu-isu di media sosial seperti tentang pasang air laut, tsunami, batu hiu, dan pangandaran, kapal tenggelam, dan lain-lain. Ketika

ditanya mengenai isu apa yang sangat intens mereka ikuti di media sosial, jawaban mereka yang mengikuti isu-isu di media sosial adalah mengenai kapal KM Sinar Bangun yang tenggelam di Danau Toba karena penumpang dan jumlah kendaraan banyak sehingga banyak yg menjadi korban tenggelam. Kemudian

sebanyak 11,77 % ulama hanya sekilas mengikuti isu-isu yang beredar di media sosial. Dan sebanyak 58,82 % para ulama tidak mengikuti isu-isu yang beredar di media sosial.

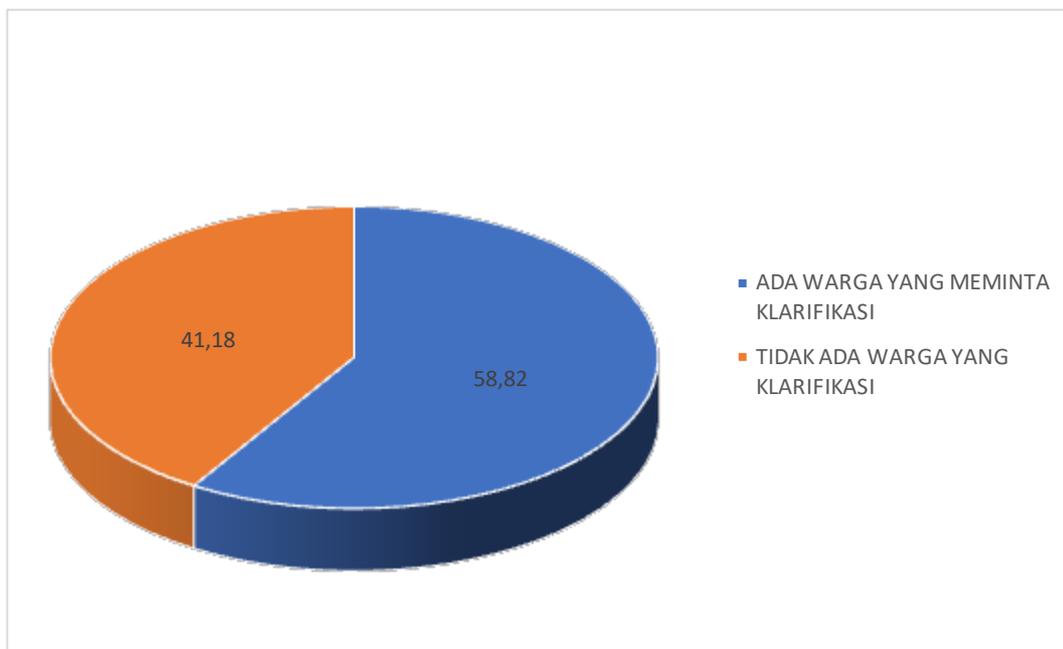
Dari ulama yang mengikuti isu di media sosial, terlihat bahwa mereka tertarik pada isu-isu yang berhubungan dengan keseharian mereka. Misalnya mengenai peristiwa kecelakaan kapal-kapal laut atau tsunami. Berita ini menarik perhatian mereka karena saat pengajian masyarakat biasanya bertanya tentang hal-hal ini. Menurut mereka, masyarakat wilayah pesisir Pangandaran sering mendapatkan berita tentang air laut pasang dan tsunami yang membuat resah. Warga kesulitan membedakan apakah berita itu benar atau bohong. Oleh karena itu, para warga bertanya salah satunya kepada guru mengaji mereka. Mau tidak mau, para ulama ini mengaku bahwa mereka terdorong untuk mencari tahu apakah berita itu benar atau tidak. Cara mereka mencari tahu adalah dengan *googling* di internet atau bertanya pada anak-anak mereka yang lebih paham cara mencari berita di internet. Ulama yang tergerak untuk mencari berita di internet adalah yang berusia di bawah 50 tahun.

Ulama yang berusia 50 tahun keatas mereka bahkan tidak memiliki *smartphone*. Ulama yang tinggal di

pedesaan tepatnya desa Cintaratu hanya sebagian kecil saja dari mereka yang mengikuti isu-isu di media sosial. Selebihnya para ulama ini hanya tau berita maupun isu jika memang ada anggota masyarakat yang berusaha untuk mencari tahu kebenaran akan berita tersebut kepada Ulama.

Ulama yang berusia 50 tahun kebawah seperti guru pengajian yang memiliki kemampuan untuk mengkases media, menurut informan dalam penelitian ini mereka mengakses media dan berusaha mencari tahu kebenaran berita-berita yang beredar di media sosial sebagai gambaran jika di lain hari ada anggota masyarakat yang menanyakan kebenaran isu-isu maupun berita-berita yang berkembang di media sosial.

Ulama memiliki peran yang penting manakala mereka dijadikan panutan oleh masyarakat terutama di pedesaan. Ulama memiliki dua peran dalam hidupnya pertama, peran normatif, peran yang telah ditentukan sebelumnya sebelum seseorang menduduki posisi tertentu dalam masyarakat. Kedua, peran ideal. Ini adalah peran yang telah diharapkan oleh masyarakat untuk dilakukan oleh seseorang yang memiliki otoritas yang tinggi. Kemampuan mereka menyesuaikan diri dengan perkembangan media digital semestinya menjadi bagian dari peran ideal mereka. Otoritas mereka kemudian bukan semata tentang agama, melainkan isu-isu lain yang dibutuhkan masyarakat yang mereka bina.



Gambar 2. Ulama Dijadikan Tempat Bertanya Oleh Masyarakat Terkait Sebuah Berita Termasuk Hoaks Atau Bukan.

Dari sejumlah 17 informan dalam penelitian ini sebanyak 58,82 % mereka mengakui bahwa masyarakat sering meminta klarifikasi sebuah berita kepada mereka. Ulama dijadikan *opinion leader* dalam mengklarifikasi berita-berita maupun isu-isu yang beredar di media sosial, apakah hoaks atau bukan. Mayoritas para ulama yang dijadikan *opinion leader* ini, menggunakan Al Quran dan Hadist sebagai rujukan ketika masyarakat

bertanya isu-isu yang beredar di media sosial. Jadi, mereka berusaha memverifikasi apakah sebuah berita itu hoaks atau bukan, bukan dengan cara eksplorasi di internet mengenai kebenarannya, melainkan mencari dari Al Quran dan Hadist.

Para ustadz dan ustadzah masih menggunakan sumber bacaan konvensional sebagai referensi mereka dalam menyampaikan informasi pada masyarakat, rinciannya adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Rujukan Atau Referensi Untuk Berdakwah

NAMA (JK)	RUJUKAN/REFERENSI
Ai aIsyah (P)	Berdasarkan dari alquran, hadist, ijma dan qiyas
U A Muiz (L)	Al Quran dan Hadist dan buku, kitab
Kokon (P)	Dari Buku Al Quran Hadist dan buku panduan ilmu pengetahuan keagamaan, internet.
Oom Rohimah (P)	Dari Al Quran dan Hadist, internet.
Julaeha (P)	Dari Al Quran, Hadist, dan Kitab Kuning
Ani Maryani (P)	Al Quran, Hadist, dan Kitab Kuning
Dana (L)	Al Quran dan Hadist, internet
Mustain (L)	Al Quran, Hadist, Kitab Kuning, internet
Hasan (L)	Kalau Khutbah sudah di salurkan dari Depag
Awang (L)	Quran dan Hadist
Samli (L)	Quran dan Hadist
Abdul Majid (L)	Al Quran, Hadist, Kitab Kuning, Iqra
Mamdi (L)	Al Quran, Hadist, Kitab Kuning
Supan (L)	Pancasila dan UUD 45/ Quran dan Hadist
Saliman (L)	Al Quran
Memed (L)	Al Quran dan kitab kuning

Sumber: Hasil Penelitian

Sebanyak 41,18 % ulama menyatakan bahwa warga masyarakat tidak melakukan klarifikasi kepada mereka terkait isu-isu terkini karena di mata masyarakat di lingkungannya para ulama ini memang dipandang ahli terkait ilmu agama saja. Para ulama yang tidak diminta pendapatnya oleh warga terkait isu di media sosial ini juga meyakini bahwa warga di daerah pedesaan tidak membutuhkan isu-isu tersebut. Mereka menganggap bahwa media sosial, diduga mampu membuat orang-orang menempatkan media lebih dulu dan mengabaikan yang lain. Manusia cenderung mulai meninggalkan kebersamaan,

hubungan kekeluargaan, dan kehangatan ikatan sosial.

Namun, apabila isu tersebut berkaitan dengan agama, semua informan yang berjumlah 17 orang ini mengakui bahwa mereka dimintai pendapat oleh warga. Salah satu berita hoaks yang gencar di tahun 2018 adalah berita tentang peluncuran kartu nikah dari kementerian agama yang mencantumkan empat kolom istri dan satu kolom suami. Hal ini tentu menjadi perbincangan yang hangat dikalangan masyarakat, banyak dari mereka yang menolak diluncurkannya kartu nikah tersebut dengan asumsi kartu tersebut melegalkan poligami. Disinilah peran semua ulama sebagai *opinion leader*

berfungsi untuk meluruskan berita simpang siur yang beredar di media sosial.

Opinion leaders merupakan unsur yang sangat memengaruhi proses komunikasi khususnya di wilayah pedesaan dengan berbagai perubahan dan kemajuan masyarakat yang ada. Misalnya jika pemimpin opini dapat berperan untuk memotivasi masyarakat agar ikut serta dalam proses pembangunan, maka pemerintah harus dapat memberikan perhatian khusus terhadap para pemuka agama yang ada di pedesaan. Para ulama di pedesaan merupakan tokoh sentral tercapainya suatu program pembangunan.

Ulama yang menjadi informan penelitian ini menyatakan bahwa kemungkinannya mereka tidak ditanya mengenai isu-isu yang beredar di media sosial karena mereka merasa memiliki jarak dengan ulama tersebut terlebih jika ulama tersebut dirasa memiliki rentang usia yang jauh lebih sepuh dan tingkat ilmu agama yang tinggi. Masyarakat lebih senang bertanya dan berbincang tentang isu-isu maupun berita-berita hoaks dengan sesama mereka dengan tingkat pendidikan yang tidak terlalu tinggi. Ini tidak terlalu mengherankan, seperti apa yang dikatakan Everett M. Roger dan Shoemaker bahwa orang-orang yang merasa rendah statusnya dalam sistem sosial jarang melakukan interaksi

langsung dengan orang-orang yang mereka rasa paling tinggi statusnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informasi di pedesaan, di era digital ini, tidak bergerak dari media dalam dua tahap berbeda. Para Ustadz dan ustadzah, bukan menjadi orang pertama yang memperhatikan media dan menerima informasi. Mereka menyampaikan ceramah juga tidak berdasarkan konten yang mereka dapatkan dari internet. Para ulama memiliki berpengaruh dalam membuat orang mengubah sikap dan perilaku mereka, berkenaan dengan ilmu agama yang mereka peroleh dari Al Quran dan Hadist, namun tidak dengan ilmu-ilmu baru dari internet.

Two step flow communication dan kekuatan *opinion leader* memang mendapat perhatian besar ketika media massa adalah satu-satunya saluran untuk mendapatkan informasi. Namun, pada hari ini, penggunaan internet yang lazim sebagai sumber informasi dan tempat untuk diskusi melemahkan arah yang jelas dari media kepada para *opinion leader* dan kepada publik dan menimbulkan keraguan tentang aliran dua langkah. Karena teknologi digital memungkinkan untuk komunikasi langsung antara pengirim pesan dan audiens target tanpa mediasi para pemimpin opini. Internet mampu langsung menjangkau khalayaknya, termasuk di pedesaan, sepanjang setiap orang di sana memiliki

perangkatnya dan desa tersebut sudah dapat dijangkau oleh sinyal operator seluler. Padahal, penelitian yang dilakukan sebelumnya, misalnya Choi (2015:696) dan Hananto (2014:151), menunjukkan bahwa *opinion leader* masih dibutuhkan saat ini. Dalam konteks ulama di perdesaan, syaratnya, mereka aktif mengakses informasi melalui media sosial, lalu membaginya kepada masyarakat sekitar dengan telah memberikan interpretasi sesuai kebutuhan masyarakat sekitar. Apalagi pada fenomena banyaknya hoaks yang beredar di Internet dan masyarakat kesulitan untuk menentukan berita yang mereka terima melalui berbagai saluran digital tersebut apakah benar atau tidak, maka peran pemuka agama dapat menjadi penting dan dioptimalisasikan.

Ulama menyadari bahwa masyarakat dapat langsung mengakses informasi, namun para ustadz/Ustadzah tersebut seluruhnya menyatakan bersedia apabila pemerintah memberdayakan mereka dalam program-program komunikasi pembangunan di daerah mereka. Menurut mereka, pembangunan adalah langkah nyata dalam kehidupan nyata, yang mereka dapat berperan penting di dalamnya. Namun mereka ingin dilatih dulu karena merasa bahwa mereka cukup tertinggal terutama apabila berkenaan dengan komunikasi bermedia digital.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Dadang Sugiana dan Ira Mirawati pada (Sugiana & Mirawati, 2018) menunjukkan bahwa ulama akan berperan serta dalam komunikasi pembangunan namun yang menyangkut masalah kehidupan nyata, bukan masalah di media digital. Contohnya di Cianjur dan Cirebon, masalah kehidupan nyata adalah kasus rentenir yang banyak membelit warga desa. Rentenir yang biasa berkedok bank keliling meminjamkan uang kepada warga dengan bunga berbunga yang sangat tinggi. Para ulama telah mengingatkan secara keagamaan, namun banyak warga yang tidak mendengarkan karena mereka membutuhkan uang dan para ulama tidak dapat memberikan solusi nyata untuk membantu mereka keluar dari permasalahan tersebut. Oleh karena itu, para ulama ini sangat ingin mendapatkan pelatihan bagaimana caranya berkomunikasi dengan masyarakat untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Ulama-ulama di Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran, memang tidak mengalami kasus serupa terkait rentenir, namun mereka juga merasa bahwa mereka sangat ingin meningkatkan kualitas hidup masyarakatnya. Mereka bertekad ingin menyukseskan gerakan pembangunan dan bersedia mendapatkan pelatihan di luar

bidang ilmu keagamaan mereka, asalkan apa yang dilatihkan tersebut adalah sesuatu yang memang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat mereka.

SIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa hanya sebagian kecil saja dari para ulama terutama mereka yang berusia 50 tahun keatas yang memiliki, menggunakan dan mengakses isu-isu yang beredar di media sosial. Sebagian kecil dari ulama yang menggunakan *smartphone* untuk berselancar di dunia maya hanya karena mereka ingin mengetahui informasi yang sedang hangat beredar di media sosial dan kebanyakan mereka adalah guru dalam sebuah kelompok pengajian dengan usia yang masih produktif. Namun walaupun demikian banyak dari anggota masyarakat yang masih menjadikan ulama sebagai sumber informasi dalam mengklarifikasi isu-isu yang beredar di media sosial.

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa di era digital ini, kemampuan masyarakat desa memiliki perangkat telepon seluler dan terjangkaunya sebuah desa oleh sinyal data operator seluler, membuat warganya dapat langsung mengakses informasi tanpa melalui perantara. Ulama masih berpotensi dijadikan *opinion leader* dalam mengklarifikasi berita-berita maupun isu-isu yang beredar di media sosial, apakah hoaks

atau bukan. Mayoritas para ulama yang dijadikan *opinion leader* ini, menggunakan Al Quran dan Hadist sebagai rujukan ketika masyarakat bertanya isu-isu yang beredar di media sosial.

Ulama menyadari bahwa teknologi informasi telah sangat berkembang, tetapi mereka berpendapat bahwa mereka tidak perlu berkhotbah tentang itu. Masalah masyarakat di sekitar mereka adalah masalah nyata bahwa solusinya juga melalui diskusi dan komunikasi nyata. Ulama lebih senang melakukan diskusi dalam sebuah forum dengan Al-Quran dan hadist sebagai sumber pengetahuannya. Idealnya, ulama harus menyesuaikan dakwah dengan kondisi digital yang berkembang, tetapi sebagian besar mereka merasa konteks di daerah pedesaan tidak membutuhkannya.

Untuk lebih memahami bagaimana kehidupan masyarakat pedesaan di era komunikasi digital, perlu dilakukan penelitian-penelitian selanjutnya terutama berkaitan dengan komunikasi pembangunan. Contoh penelitian yang dapat dilakukan adalah mengenai siapa *opinion leader* yang paling berpengaruh bagi masyarakat pedesaan. Langkah komunikasi efektif apa yang diperlukan untuk pembangunan masyarakat, serta topik-topik lain yang mendukung arah pembanguana pedesaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Burhaduddin J. (2013). *Ulama dan Kekuasaan: Pergumulan Elite Muslim dalam Sejarah Indonesia*. Bandung: Mizan Digital Publishing

Creeber, G. R. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. England: McGraw-Hill.

Lievrouw, L., & Livingstone. (2002). *The Handbook Of New Media*. London: Sage Publishing.

Shihab, M. Q. (1992). *Membumikan Al-Qur'an, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan.

Soekanto, S. (2002). *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara

Sutarto. (1998). *Dasar-Dasar Kepemimpinan Administrasi*. Yogyakarta: Gajah Mada Press

Sumber lain:

Budiantoro, W. (2017). *Dakwah di Era Digital*. Jurnal Komunika. Vol 11 No 2. Diakses dari <http://www.ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/view/1369/1002>.

Choi, S. (2015). *The two-step flow of communication in Twitter-based public forums*. Social Science Computer Review. Vol 33 No 6, 696-711.

Dewi, L.D.R.(2015). *Kearifan Lokal Jagad Cilik Jagad Gedhe Sebagai Doktrin Komunikasi Pembangunan Berkelanjutan*. Jurnal Komunikasi Avant Garde. Volume 3 No 2. Diakses dari <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/view/66/55>.

Faisal, A.F., Meidasari V.E. (2014). *Trend Komunikasi di Era Digital*. Jurnal Komunikasi Islam. Vol 4 No 1. Diakses dari <http://dx.doi.org/10.15642/jki.2014.4.1.%25p>.

Hadiyat, Y.D. (2014). *Kesenjangan Digital di Indonesia*. Jurnal Pekomnas. Vol 17 No 2. Diakses dari <http://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekomnas/article/download/192/180>.

Hananto, P. (2014) *Opinion leader versus New Opinion leader dalam Komunikasi Pemasaran*. Jurnal Interaksi. Vol 3 No 2. Diakses dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/8780>

Nagafifi M. (2014) *Advances in Technology and Patterns of Human Life in Socio-Cultural Perspective*. Jurnal Pembang

- Pendidik Fondasi dan Apl.
Vol 2 No 1.
- Nasution, R.D. (2016). *Pengaruh Kesenjangan Digital Terhadap Pembangunan Pedesaan (Rural Development)*. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik. Vol 20 No 1. Diakses dari <http://dx.doi.org/10.3329/9/jpkop.20.1.525>.
- Subiakto, H., (2013). *Internet untuk pedesaan dan pemanfaatannya bagi Masyarakat, Budaya, dan Politik*. Volume 26 No 4. Diakses dari <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-mkpa4d7ec1aaefull.pdf>.
- Sugiana, D., Mirawati, I., (2018). *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*. Vol 1 No 1, Diakses dari <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/IJCCD/article/view/1638>.
- Suparman, A. (2012). *Desa dan Hak-Hak Tradisional*. Diakses dari <http://ejournal.sthb.ac.id/index.php/wawasanhukum/article/view/28/28>.
- Syam, H.M. (2015). *Globalisasi Media dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis pada Pengaruh Budaya Populer Korea di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh*. Jurnal Komunikasi Avant Garde. Volume 3 No 1. Diakses dari <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/view/19>.
- Weimann, G. (2015). *Communication, Twostep Flow of*. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Diakses dari <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.95051-7>.
- Zuhrah, F. (2015). *Pergeseran Posisi Dan Peran Ulama Di Tengah Perkembangan Sosial Budaya Masyarakat*. Jurnal Penelitian Medan Agama. Volume 7 Nomor 1, 31-47.