DAWUH | Da'wah & Communication Islamic Journal

# Ulama Sebagai Aktor Sosial: Peran Strategis Ulama sebagai Komunikator Dakwah

Robeet Thadi[1], Poppi Damayanti[2]
Institut Agama Islam Negeri Bengkulu[12]
robeet@iainbengkulu.ac.id[1], poppi@iainbengkulu.ac.id[2]

**Abstract**
The involvement of scholars in the dynamics of social life raises pros and cons among the people. The activities of da'wah scholars should be seen in the context of da'wah loosely. This paper aims to explain the cleric as a social actor, how the strategic role of the cleric as a communicator of da'wah, in his analysis using the study of literature. Borrowing the perspective analysis of Weber's social actions, the phenomenon of da'wah communication conducted by scholars can be categorized as a social action, because it is done with full awareness by the scholars. Interactions and symbol exchanges conducted by scholars take place in two contests, interactions in religious da'wah activities and interactions in participation in the social, economic and political fields. Both forms of interaction, if using a broader perspective (meaning) da'wah/loose, then it can be categorized as a form of communication da'wah ulama. By looking at the phenomenon of symbolic interaction of scholars with their environment in the context of da'wah communication, there will be found several models of the communication of da'wah ulama.
**Keywords: da'wah communication, social action, ulama**

**Abstrak**
Keterlibatan ulama dalam dinamika kehidupan sosial menimbulkan pro dan kontra dikalangan umat. Aktivitas dakwah ulama harus dilihat dalam konteks dakwah secara longgar. Paper ini bertujuan menjelaskan ulama sebagai aktor sosial, bagaimana peran strategis ulama sebagai komunikator dakwah, dalam analisisnya menggunakan studi kepustakaan. Meminjam pisu analisis perspektif tindakan sosial Weber, fenomena komunikasi dakwah yang dilakukan oleh ulama dapat dikategorikan sebagai tindakan sosial, karena hal tersebut dilakukan dengan penuh kesadaran oleh para ulama. Interaksi dan pertukaran symbol yang dilakukan ulama berlangsung dalam dua kontes, interaksi dalam aktivitas dakwah keagamaan dan interkasi dalam partisipasi pada bidang sosial, ekonomi dan politik. Kedua bentuk interaksi tersebut, apabila menggunakan perspektif (makna) dakwah yang lebih luas/longgar, maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi dakwah ulama. Dengan melihat fenomena interaksi simbolik ulama dengan lingkungannya dalam konteks komunikasi dakwah yang dilakukannya, maka akan ditemukan beberapa model kamunikasi dakwah ulama.
**Kata Kunci: komunikasi dakwah, tindakan sosial, ulama**

## PENDAHULUAN

Dalam setiap lintasan sejarah, posisi dan peran ulama alih-alih 'tokoh agama' masih strategis dan sentral disetiap perjalanan bangsa, sejak pra kemerdekaan hingga era reformasi. Ulama seringkali dijadikan sebagai panutan sekaligus sebagai referensi bersikap dan berperilaku umatnya dengan kapasitas keilmuan yang dimiliki. Peran strategis ulama tersebut juga terkadang dimanfaatkan oleh beberapa kalangan (termasuk pemerintah) untuk kepentingan-kepentingan tertentu, seperti politik, ekonomi, dan lain sebagainya.

Di mata pemerintah, kekuasaan ulama cukup kuat untuk mempengaruhi tindakan sosial-politik masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari posisi ulama sebagai legitimator keagamaan; umat Islam seperti di Indonesia membutuhkan legitimasi ulama untuk melakukan hal-hal duniawi mereka. Fenomena ini telah membuat ulama menjadi figur 'elite' dalam struktur sosial, politik dan ekonomi masyarakat.

Partisipasi ulama dalam wilayah pembangunan bidang sosial, ekonomi dan politik semakin 'semarak' sejak era reformasi. Wujud partisipasinya pun beragam dan sarat akan dinamika seiring dengan nuansa kebebasan yang melekat dalam era reformasi. Keterlibatan ulama (tokoh agama) dalam dinamika kehidupan sosial politik menimbulkan pro dan kontra dikalangan umat (termasuk di antara ulama itu sendiri).

Bagi yang kontra mengharapkan ulama untuk konsentrasi dalam dunia dakwah dengan hanya mengorientasikan diri dalam pendidikan keagamaan, baik di pesantren maupun di lembaga-lembaga pendidikan formal dan non formal lainnya. Sebaliknya, bagi yang mendukung menganggap bahwa keterlibatan ulama dalam event politik dalam sebuah daerah adalah wujud lain dari dakwah yang menjadi tugas mereka, karena bagi mereka dakwah diartikan secara 'longgar', yang tidak hanya sebatas aktivitas tabliq, tetapi semua aktivitas yang berdimensi amar ma'ruf nahi mungkar.

Fenomena dakwah ulama (dalam arti yang lebih longgar) selalu menarik untuk dikaji, karena pilihan dakwah seperti itu memungkinkan sang ulama berinteraksi dan berhubungan dengan berbagai kepentingan, baik pemerintah (penguasa), pengusaha, politikus, dan elemen masyarakat umum lainnya. Melalui pemaknaan dakwah yang relatif longgar, tentu segala aktivitas ulama dalam wilayah manapun dapat diterjemahkan sebagai aktivitas dakwah, sepanjang hal tersebut dilakukan berdimensi amar ma'ruf nahi mungkar.

Penelitian-penelitian tentang dakwah dan aktivitas lainnya dari ulama lebih banyak pada konteks relasi, hubungan, dan interaksi ulama dengan elemen-elemen eksternal dari komunitas ulama itu sendiri, seperti penelitian Salehan dan kawan-kawan (Salehan, et.al., 2019) tentang peran ulama dalam proses rekonsiliasi pasca konfik di Aceh, Putra (2006) tentang perubahan gerakan politik ulama di kabuaten Tasikmaya. Perkembangan dan dinamika sosial politik di Indonesia akhir-akhir ini, membuat para juru dakwah (termasuk ulama) untuk selalu menyesuaikan arah dan orientasi dakwahnya. Dakwah Islam tidak hanya ditujukan kepada rakyat pada level grassroot namun sudah harus menggarap kalangan elite dan penguasa di tanah air.

Kebijakan otonomi daerah, sangat memungkinkan peran-peran ulama semakin intensif dalam membangun relasi sosial, ekonomi, dan politik dengan politisi, pengusaha, dan penguasa di tingkat lokal. Pada titik inilah tulisan yang disajikan menjadi menarik, terutama untuk melihat dinamika komunikasi dakwah yang dilakukan oleh ulama dalam kaitannya dengan dinamika kehidupan sosial politik, dengan melihat ulama sebagai aktor sosial.

## METODE

Kajian ini merupakan studi kualitatif, menggunakan penelitian perpustakaan (library research) sebagai teknik pengumpulan datanya, library research ini bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang terdapat di ruangan perpustakaan, seperti: buku-buku, majalah, dokumen, catatan dan kisah-kisah sejarah dan lain-lainnya. Pada hakekatnya data yang diperoleh dengan penelitian kepustakaan ini dapat dijadikan landasan dasar dan alat utama bagi pelaksanaan penelitian lapangan. Dengan demikian, penelitian ini juga bisa dikatakan juga sebagai penelitian yang membahas data-data sekunder.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Ulama secara Konseptual

Setidaknya kata ulama dua kali disebut dalam Al-qur'an, yaitu dalam surat Asy-Syu'ara' ayat 197 dan Faathir ayat 28. "Dan sesungguhnya tidak cukup menjadi bukti bagi mereka bahwa para ulama Bani Israil mengetahuinya," (asy-Syu'ara': 197). Dan "… sesungguhnya yang takut kepada Allah diantara hamba-hamba-Nya, hanyalah ulama…." (Faathir: 28). Kedua ayat ini mengisyaratkan, bahwa ulama merupakan hamba Allah yang beriman, bertakwa, menguasai ilmu kauniyah dan tanziliyah, berpandangan hidup luas, dan beribadah dengan landasan rasa takut kepada Allah SWT. Takut (khasyyah) merupakan sifat khusus ulama (Hsubky, 1995: 44).

Kata ulama atau 'alim ulama dalam bahasa Indonesia diartikan untuk orang yang ahli dalam bidang agama Islam, yakni orang yang mendalami ilmu dan pengetahuan tentang agama Islam beserta cabang-cabang dalam urusan agama Islam tersebut. Sementara kata ulama menurut asal katanya, berarti 'orang-orang yang mengerti' atau 'orang-orang yang berilmu' atau 'orang-orang yang berpengetahuan.' Jadi, kata ulama merupakan jamak dari mufrad (kata tunggal) 'alim, artinya orang-orang yang berilmu, sarjana, yang terpelajar, yang berpengetahuan atau ahli ilmu. Kata 'alim itu sendiri merupakan isim fa'il dari kata kerja 'alima, yang artinya telah mengerti atau ia telah mengetahui (Huda, 2013: 207). Menurut para ahli (Hsubky, 1995: 45-46) tentang pengertian ulama diantaranya:

1. Ulama adalah orang yang hanya takut kepada Allah SWT (Imam Mujahid);
2. Ulama adalah orang yang takut kepada Allah disebabkan perkara gaib, suka kepada setiap sesuatu yang disukai Allah, dan menolak segala sesuatu yang dimurkai-Nya (Hasan Basri);
3. Ulama adalah orang yang rasa takutnya kepada Allah sangat mendalam disebabkan ma'rifatnya (Ali ash-Shabuni);
4. Ulama adalah yang benar-benar ma'rifatnya kepada Allah sehingga mereka takut kepada-Nya. Jika ma'rifatnya sudah sangat dalam maka sempurnalah takutnya kepada Allah (Ibnu Katsir);
5. Ulama adalah orang yang senantiasa berpikir kritis akan Al-qur'an (yang mendalam maknanya) sehingga mereka akan ma'rifat secara hakiki kepada Allah. Mereka ma'rifat karena memperhatikan tanda bukti ciptaan-Nya. Mereka yang merasakan kemahabesaran-Nya akan merasakan pula hakikat keagungan-Nya melalui segala ciptaan-Nya, karena itu mereka khasyyah dan takwa kepada Allah dengan sebenar-benarnya (Sayyid Quthub);
6. Ulama adalah orang-oran yang menguasai segala hukum syara' untuk menetapkan sahnya agama, baik penetapan sah i'tikad maupun amal syari'at lainnya (Syakh Nawawi al-Bantani).

**Posisi, Tugas dan Kewajiban Ulama**

Ulama mempunyai posisi tersendiri dalam masyarakat Islam, baik di Timur Tengah, Afrika Utara maupun di Asia Tenggara. Posisi para ulama yang lahir pada awal sejarah Islam dianggap penting sebagai para penterjemah ajaran Islam. Meskipun telah terjadi beberapa perubahan dalam penekanan dan bidang garapannya, mereka tetap memiliki posisi penting sampai sekarang, hal ini dikarenakan pengetahuan agamanya yang faqih. Ini juga didukung oleh beberapa ayat Al-quran dan hadis Nabi yang menunjukan posisi tinggi seorang ulama, "tetesan tinta ulama sama dengan tetesan darah para syuhadah, sirnanya ilmu pengetahuan dilambangkan dengan punahnya ulama," (Huda, 2013: 214).

Di Indonesia ulama tetap merupakan suatu kelompok yang diakui eksistensinya. Secara sosial, mereka sangat dekat dengan masyarakat, sebab hubungan tersebut lebih bersifat personal daripada birokrasi. Masyarakat memerlukan ulama untuk membimbing mereka ke jalan yang benar dalam segala persoalan yang berkaitan dengan agama. Walaupun Mighfar (2019) melihat adanya ambiguitas politik ulama-kiyai antara gerakan moral dan politik.

Ulama mengemban tugas mulia menunaikan amal ma'ruf nahi munkar sebagaimana para nabi, mereka harus aktif menegakan tauhid dan mengajarkan ilmu pengetahuan kepada masyarakat. Tanggung jawab ulama yang dilaksanakan dengan baik akan berdampak positif bagi kehidupan umat. Akan tumbuh semangat pembelaan terhadap Islam di samping kesadaran pengamalan ajarannya. Tugas ulama adalah membentuk opini masyarakat dengan membawakan nilai-nilai Islami. Karena nilai kultural yang ada sekarang ini belum seluruhnya Islami. Di sisi lain, ulama berperan sebagai penampung keresahan umat, kemudian merumuskannya dan mencarikan cara penyelesaiannya.

Beberapa kewajiban ulama menurut Mardjoned (1990: 141) dan Hsubky (1995: 64-66) yang perlu dikembangkan secara sinambung meliputi:

Pertama, menegakkan dakwah dan membentuk kader ulama: 1) menanamkan akidah Islam dan membebaskan semua manusia dari segala macam kemusyrikan; 2) mengatur dan melaksanakan dakwah Islam, baik terhadap umat ijabah maupun umat dakwah, termasuk suku-

suku terasing di seluruh pelosok pedesaan; 3) menyelenggarakan pendidikan dan pengajara Islam secara menyeluruh; 4) membentuk kader-kader penerus ulama demi eksistensi perjuangan dakwah Islam.

Kedua: Mengkaji dan mengembangkan Islam: 1) mengkaji nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-quran, As-Sunnah, Ijma' dan Qiyas; 2) mencari gagasa baru yang islami untuk memperbaiki dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Ketiga, Melindungi Islam dan umatnya: 1) memperjuangkan segala hal yang relevansinya dengan kepentingan umat Islam; 2) melindungi kesucian umat Islam dari setiap rongrongan musuh Islam; 3) memupuk rasa persatuan di antara umat Islam bila timbul perbedaan di antara mereka, apalagi perbedaan yang mengarah kepada perpecahan. Dengan demikian, hendaknya ulama giat mengatasi berbagai permasalahan sosial yang timbul.

**Komunikasi Politik dan Komunikasi Dakwah Ulama**

Komunikasi politik selalu menjadi fenomena dan topik kajian yang selalu menarik untuk dibahas, apalagi komunikasi politik yang dilakukan oleh suatu komunitas atau person yang memiliki pengaruh besar dalam masyarakat seperti tokoh agama atau yang pada umunya dikenal dengan sebutan ulama/kiai. Dalam terminlogi komunikasi politik, tokoh-tokoh masyarakat seperti ulama masuk dalam salah satu kategori komunikator politik. Menurut Harun dan Sumarno (2006: 11), dalam komunikasi politik yang dimaksud komunikator yaitu individu-individu yang menduduki struktur kekuasaan, individu-individu yang berada dalam suatu institusi, asosiasi, partai politik, lembaga-lembaga pengelola media massa dan tokoh-tokoh masyarakat.

Komunikasi politik sebagai kegiatan politik menurut Rauf (1993: 32) merupakan penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain. Kegiatan ini adalah salah satu dari kegiatan sosial yang dijalankan sehari-hari oleh warga masyarakat (termasuk elit politik). Karena sifatnya adalah kegiatan sehari-hari, maka kegiatan tersebut dapat diamati, dicatat, dihitung, dan dipelajari. Kegiatan komunikasi politik tersebut bersifat emperik, karena dilakukan secara nyata dalam kehidupan sosial.

Pemaknaan komunikasi politik yang relatif longgar seperti di atas, semakin memberi ruang untuk mengatakan bahwa segala yang dilakukan oleh ulama dalam konteks atau proses politik di daerah termasuk dalam kategori komunikasi politik. Posisi dan peran ulama yang sangat strategis dalam konteks kehidupan masyarakat, memungkinkan para ulama bisa melakukan komunikasi politiknya, apalagi para ulama memiliki 'kekuasaan' dan otoritas tersendiri. Menurut Turmudi (2004: 264), kekuasaan kiai cukup kuat untuk mempengaruhi tindakan sosial-politik masyarakat, karena mereka menduduki posisi sebagai legitimator keagamaan; dan umat Islam seperti di Indonesia, membutuhkan legitimasi kiai untuk melakukan hal-hal duniawi mereka.

Apabila dilihat dalam perspektif dakwah, peran yang bisa dijalankan ulama sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, dapat dikategorikan sebagai aktivitas dakwah, karena dakwah secara longgar dapat dimaknai sebagai segala kativiatas seseorang yang mengandung dimensi amar makruf nahi mungkar. Sedangkan dilihat dengan perspektif komunikasi, apa yang dilakukan oleh kiai tersebut pun dapat dimaknai sebagai aktivitas yang bisa dinamai dengan komunikasi dakwah, yakni suatu realitas dimana para kiai sebagai tokoh agama dan masyarakat mengkomunikasikan pesan-pesan dakwahnya dalam berbagai wilayah kehidupan, termasuk wilayah politik sekalipun.

Fenomena komunikasi politik dan komunikasi dakwah ulama seperti yang digambarkan di atas tersebutlah yang menjadi salah satu aspek kajian dari penelitian ini. Kajian tersebut dinilai menarik di tengah dinamika kehidupan sosial politik daerah yang akhir-akhir semakin semarak seiring dengan euforia reformasi dan otonomi daerah yang melanda masyarakat Indonesia di berbagai daerah.

**Ulama sebagai Aktor Sosial: Perspektif Teori Tindakan Sosial**

Ulama adalah juga manusia, yang berdimensi individual dan sosial sekaligus. Sebagai makhluk sosial, ulama berhubungan dan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Dalam berhubungan dengan lingkungan, ulama melakukannya dengan sadar dan atas kemauan dan sesuai

dengan motif dan keinginannya. Tindakan seperti ini menurut perspektif Weber di sebut tindakan sosial. Menurut Weber (dalam Mulyana, 2003: 60), tindakan sosial adalah segala perilaku manusia ketika dan sejauh individu memberikan suatu makna subyektif terhadap perilaku tersebut. Lebih lanjut Weber mengatakan bahwa tindakan bermakna sosial, sejauh berdasarkan makna subyektif yang diberikan oleh individu. Max Weber adalah salah seorang perintis sosiologi, yang lahir di Jerman pada tahun 1864 dan meninggal tahun 1920. Sebagai bapak sosiologi, Weber dikenal dengan konsep (teori) tindakan sosial-nya.

Apabila menggunakan perspektif tindakan sosial Weber, maka fenomena komunikasi dakwah yang dilakukan oleh ulama dapat dikategorikan sebagai tindakan sosial, karena hal tersebut dilakukan dengan penuh kesadaran oleh para ulama. Bagi Weber (dalam Mulyana, 2001: 61), tindakan manusia pada dasarnya bermakna, melibatkan penafsiran, berpikir, dan kesengajaan. Tindakan sosial adalah tindakan yang disengaja, disengaja bagi orang lain dan bagi sang aktor sendiri, dimana pikiran-pikirannya aktif saling menafsirkan perilaku orang lainnya, berkomunikasi dan berinteraksi antara satu dengan yang lainnya.

Dengan perannya yang sangat strategis dalam kehidupan masyarakat, baik sebagai tokoh agama maupun sebagai tokoh masyarakat (Turmudi, 2003: 94), seorang ulama telah menjadi aktor sosial yang banyak menjadi referensi bagi masyarakat (terutama bagi pengikutnya). Sebagai tokoh agama, ulama menjadi pusat perhatian bagi umatnya yang menginginkan fatwa dan petuah keagamaan. Demikian juga halnya sebagai tokoh masyarakat, pada beberapa daerah, ulama atau kiai masih dijadikan sebagai tempat meminta petunjuk untuk mencari solusi atas persoalan dunia yang dihadapi oleh umatnya.

**Dinamika Interaksi Sosial Ulama dalam Masyarakat**

Dalam memerankan fungsi sosialnya sebagai tokoh agama dan tokoh masyarakat, seorang ulama senantiasa berhubungan dengan semua kalangan, mulai dari rakyat jelata hingga kalangan elite penguasa. Interaksi sosial yang dilakukan oleh ulama selalu sarat akan dinamika, apalagi ulama adalah manusia yang dinamis, kreatif dan inovatif yang selalu memerankan interaksi-interaksi yang bersifat simbolik dengan relasi-relasi sosialnya. Manusia menurut Fisher (1986: 235) memiliki kemampuan untuk berinteraksi secara simbolik.

Bertolak dari pandangan Fisher di atas, maka perilaku ulama pun dimaknai sebagai perilaku yang senantiasa menggunakan simbol sekaligus memaknai simbol dari mitra komunikasinya. Oleh karena itu, komunikasi dalam perspektif interaksi simbolik misalnya digambarkan sebagai pembentukan makna, yakni penafsiran atas pesan atau perilaku orang lain oleh para peserta komunikasi. Interaksi simbolik dilakukan dengan menggunakan bahasa, sebagai salah satu simbol yang terpenting dan isyarat. Akan tetapi simbol bukan merupakan faktor yang terjadi, simbol merupakan suatu proses yang berlanjut yaitu suatu proses penyampaian makna. Dan proses penyampaian makna dan simbol inilah yang menjadi subject matter dalam interaksi simbolik.

Ritzer dan Goodman (2007: 289), menyatakan bahwa manusia memiliki prinsip interaksi yang khas, diantaranya ditandai dengan beberap prinsip:

1. Tidak seperti binatang, manusia dibekali kemampuan untuk berpikir.
2. Kemampuan berpikir itu dibentuk oleh interaksi sosial.
3. Dalam interaksi sosial manusia mempelajari arti dan simbol yang memungkinkan mereka menggunakan kemampuan berpikir yang khusus itu.
4. Makna dan simbol memungkinkan orang melanjutkan tindakan (action) dan interaksi yang khas manusia.
5. Manusia mampu mengubah arti dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan interpretasi mereka atas situasi.
6. Manusia mampu membuat kebijakan modifikasi dan perubaha, sebagian karena kemampuan mereka berinteraksi dengan diri sendiri, yang memungkinkan mereka menguji serangkaian peluang tindakan, menilai keuntungan dan kerugian relatif, dan kemudian memilih salah satunya.

7. Pola-pola tindakan dan interaksi yang jalin-menjalin ini membentuk kelompok atau masyarakat.

Dalam menjalin komunikasi berdasarkan pada keseragaman makna, manusia dalam interaksi sosial selalu berupaya mencocokkan apa yang ada dalam pikirannya dengan apa yang sedang terjadi pada lingkungan. Artinya manusia dalam proses komunikasi bukan sekadar penerima lambang atau simbol-simbol yang dilihat, didengar atau yang dirabanya secara pasif, melainkan individu secara aktif mencoba mengadakan interpretasi terhadap lambang, simbol atau tanda tersebut. Upaya interpretasi itu adalah bagian interaksi yang dapat dilakukannya dalam rangka menjalin komunikasi yang efektif dan intensif antara pengirim pesan dengan penerima pesan, dan interaksi interpretasi itu tidak hanya dilakukan terhadap pesan yang disampaikan tetapi interaksi interpretasi juga dilakukan terhadap dirinya sendiri, karena orang tidak hanya menyadari orang lain tetapi juga mampu menyadari dirinya sendiri (Poloma, 1994: 260).

Dalam proses ini, individu mengantisipasi reaksi orang lain, mencari alternatif-alternatif ucapan atau tindakan yang akan ia lakukan. Individu membayangkan bagaimana orang lain akan merespons tindakan mereka. Proses pengambilan peran (taking the role of the other) tersembunyi ini penting, meskipun tidak bisa diamati. Oleh karena itu kaum interaksionis simbolik mengakui tindakan dalam dan tindakan luar, menganggap tindakan luar sebagai lanjutan tindakan dalam. Namun, tindakan luar tidak otomatis menunjukkan tindakan dalam, karena tindakan luar mungkin hanya merupakan pengelolaan kesan (impression management) untuk menyenangkan khalayak tertentu, atau untuk memenuhi tuntutan tertentu yang bersifat sosial, politik, ekonomi dan sebagainya. Dalam ruang sosial, praktik-praktik aktivitas dakwah keagamaan sejatinya tak berbeda dengan perilaku sosial lainnya (Thadi, 2020: 42).

Pada konteks tulisan ini, ulama melakukan pertukaran symbol dengan relasi komunikasinya, seperti dengan masyarakat, penguasa, politisi, dan pengusaha. Proses pertukaran simbol ini mereka maknai dalam suatu proses komunikasi interpersona. Joseph. A. Devito (dalam Effendy, 2000: 60) mendefinisikan komunikasi antar persona sebagai, "Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika".

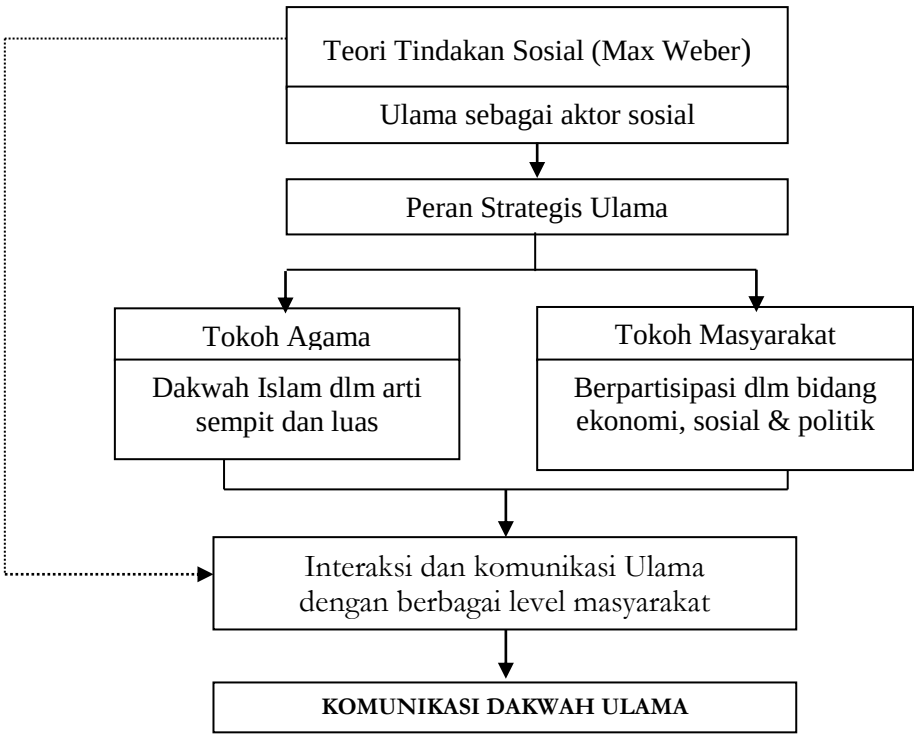
Berdasarkan definisi tersebut dapat dilihat bahwa ketika orang berkomunikasi, maka yang terjadi adalah suatu proses transaksional. Proses ini dapat mensyaratkan: (1) keterlibatan dan tanggapan semua orang demi suksesnya komunikasi itu; (2) komunikasi melibatkan interaksi dari banyak unsur, seperti nilai-nilai, kebudayaan, lingkungan, pengalaman, pekerjaan, jenis kelamin, minat, pengetahuan dan sikap. Keseluruhan wilayah yang mengitari, baik pengirim maupun penerima, adalah situasi dan kondisi yang sering disebut konteks; (3) pada saat yang sama dapat terjadi gangguan eksternal, internal, ataupun semantik.

Esensi yang melekat pada komunikasi antarpersona terangkum dalam karakteristiknya, seperti yang dikemukakan Liliweri (1994: 3) sebagai berikut: (1) terjadi dimana dan kapan saja. Gambaran ini menunjukkan bahwa manusia tidak dapat terhindar dari komunikasi, (2) proses yang bekesinambungan antara masa lalu, kini, dan sekarang, (3) punya tujuan tertentu secara implisit maupun eksplisit, (4) menghasilkan hubungan timbal balik, menciptakan serta mempertukarkan makna yang kemudian berkembang menjadi relasi dan transaksional, (5) terkandung prinsip bahwa pribadi yang satu mempelajari hakikat pribadi yang lain, (6) meramalkan sesuatu, artinya ada harapan hasil yang memuaskan keduanya, dan (7) komunikasi antar persona sering dan dapat dimulai dengan melakukan kesalahan.

Salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan simbol. Dalam komunikasi antarpersona inilah manusia memainkan perannya sebagai animal symbolicum. Pemikiran simbolis dan tingkah laku simbolis merupakan ciri khas kemanusiaannya. Bahkan bagi Cooley dan Mead, diri muncul karena komunikasi. Tanpa bahasa, diri tidak akan berkembang. Dari situlah keunikan manusia muncul, karena ia memiliki kemampuan memanipulasi simbol-simbol berdasarkan kesadaran. Keterkaitan pemikiran dan aktivitas kehidupan manusia dengan simbol-simbol ini, dikarenakan kehidupan manusia salah satunya berada dalam lingkungan sim-

bolik. Begitu pula dengan para kiai, mereka hidup dalam lingkungan yang penuh simbol-simbol khususnya simbol keagamaan. Melalui kesadarannya kiai mampu menangkap simbol-simbol keagamaan, melakukan internalisasi dan kemudian menghadirkan simbol keagamaan tersebut dalam bentuk perilakunya.

Interaksi dan pertukaran simbol ulama minimal berlangsung dalam dua konteks. Pertama, interaksi simbolik dengan santri sangat mengajar di pesantren, atau saat memberi ceramah di hadapan masyarakat umum. Kedua, interaksi simbolik dengan pemerintah, politisi dan pengusaha dalam wujud partisipasinya pada bidang pembangunan ekonomi, sosial dan politik. Kedua bentuk interaksi tersebut, apabila menggunakan perspektif (makna) dakwah yang lebih luas/longgar, maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi dakwah ulama.




Dengan melihat fenomena interaksi simbolik ulama dengan lingkungannya (masyarakat, pengusaha, politisi, dan penguasa/pemerintah) dalam konteks komunikasi dakwah yang dilakukannya, maka akan ditemukan beberapa pola dan model kamunikasi dakwah ulama.

## PENUTUP

Keterlibatan ulama dalam dinamika kehidupan sosial menimbulkan pro dan kontra dikalangan umat. Aktivitas dakwah ulama harus dilihat dalam konteks dakwah secara longgar. Paper ini bertujuan menjelaskan ulama sebagai aktor sosial, bagaimana peran strategis ulama sebagai komunikator dakwah, dalam analisisnya menggunakan studi kepustakaan. Dengan meminjam pisu analisis perspektif tindakan sosial Weber, maka fenomena komunikasi dakwah yang dilakukan oleh ulama dapat dikategorikan sebagai tindakan sosial, karena hal tersebut dilakukan dengan penuh kesadaran oleh para ulama.

Interaksi dan pertukaran simbol ulama minimal berlangsung dalam dua konteks. Pertama, interaksi simbolik dengan santri sangat mengajar di pesantren, atau saat memberi ceramah di hadapan masyarakat umum. Kedua, interaksi simbolik dengan pemerintah, politisi dan pengusaha dalam wujud partisipasinya pada bidang pembangunan ekonomi, sosial dan politik. Kedua bentuk interaksi tersebut, apabila menggunakan perspektif (makna) dakwah yang lebih luas/longgar, maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi dakwah ulama. Dengan

melihat fenomena interaksi simbolik ulama dengan lingkungannya (masyarakat, pengusaha, politisi, dan penguasa/pemerintah) dalam konteks komunikasi dakwah yang dilakukannya, maka akan ditemukan beberapa model kamunikasi dakwah ulama.

## DAFTAR PUSTAKA

Effendy, O. U. (2000). Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Fisher, R. (1986). The Structure of Negotiations An Alternative Model. Negotiation Journal, 2(3), 233-235. Doi: https://doi.org/10.1111/j.1571-9979.1986.tb00360.x

Harun, R., & Sumarno. (2006.) Komunikasi Politik sebagai Suatu Pengantar. Bandung: Mandar Maju.

Hsubky, B. (1995). Dilema Ulama dalam Perubahan Zaman. Jakarta: Gema Insani.

Huda, N. (2013). Islam Nusantara: Sejarah Sosial Intelektual Islam di Indonesia. Yogyakarta: ar-Ruzz Media.

Liliweri, A. (1994). Komunikasi Antarpribadi. Bandung: Rosda.

Mighfar, S. (2019). Ambiguitas Politik Ulama-Kiai: Antara Gerakan Moral dan Politik. Jurnal Lisan Al-Hal, 13(1), 37-49.

Mulyana, D. (2001). Komunikasi Antar Budaya. Bandung: Rosda Karya.

Mulyana, D. (2003). Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: Rosda.

Poloma, Margaret M. 1994. Sosiologi Kontemporer. Jakarta: Rajawali Grafindo Persada

Putra, R. S. (2016). Qou Vadis Gerakan Politik Ulama: Perubahan Orientasi Gerakan Politik Ulama di Kabupaten Tasikmalaya. Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan, 2(2), 192-122.

Rauf, M., & Nasrun, M. (ed.). 1993. Indonesia dan Komunikasi Politik. Jakarta: PT. Gramedia.

Ritzer, G., & Goodman, D.J. (2007). Teori Sosiologi Modern. Jakarta: Kencana Predana Media Group.

Salehan, M., Fajarni, S., Ikramatoun, S., Kamil, A. I., & Ilham, I. (2019). Peran Ulama Dalam Proses Rekonsliasi Pasca Konfik Di Aceh. Jurnal Soceity, 7(2), 271-288.

Thadi, R. (2020). Studi Dramaturgi Presentasi Diri Da'i Migran di Kota Bengkulu. LENTERA, 4(1).

Turmudi, E. (2004). Perselingkuhan Kiai dan Kekuasaan. Yogyakarta: LkiS.

Turmuzi. (2002). Pesan-pesan Politik Kiai pada Masyarakat Garut. Bandung: IAIN Sunan Gunung Djati.