

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Wayang sudah sangat melekat pada kebudayaan yang sangat terkenal dan semua orang pasti tau dan pernah melihat pertunjukan *wayang kulit*, *wayang golek*, *wayang orang*, *wayang santri*. Wayang adalah salah satu budaya yang sangat sering di pentaskan dalam kebudayaan indonesia. Wayang memiliki ukuran-ukuran bagaimana pewarisan nilai-nilai kebangsaan yang dilakukan dan berlangsung turun-temurun selama berabad-abad. Para pakar dari berbagai ilmu tidak bosan-bosannya membahas seni pewayangan dari waktu ke waktu, karena wayang merupakan wahana yang dapat memberikan sebuah sumbangsih bagi kehidupan manusia dalam bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Nilai nilai yang terkandung di dalam seni pewayangan telah terbukti dapat digunakan untuk memasyarakatkan berbagai pedoman hidup, bermacam acuan norma, maupun beraneka ragam di semua sektor pemerintahan. Wayang merupakan bayangan suatu gambaran atau lukisan dimana kehidupan alam semesta itu diceritakan. Dan di dalam wayang tidak hanya menggambarkan tentang manusia tetapi kehidupan manusia dalam kaitannya dengan manusia lain, alam dan Tuhan. Wayang merupakan media pertunjukan yang dapat memuat segala aspek kehidupan manusia, pemikiran manusia baik terkait dengan ideologi maupun politik, ekonomi, sosial, budaya dan hukum maupun pertahanan keamanan yang termuat di dalam wayang.

Secara konvensional disajikan secara sistem ideologi yang mengidam-idamkan sebuah negara yang *gemah,ripah,loh jinawi, tata, tentrem, karta, raharja*. Di dalam wayang dikandung tatanan yaitu satu norma atau konvensi yang mengandung etika (filsafat moral). Norma atau konvensi tersebut disepakati dan dijadikan pedoman bagi para seniman dalang. Dalam pertunjukan wayang kulit terdapat suatu tata cara bagaimana memainkan wayang, secara turun temurun dan mentradisi, lama kelamaan menjadi suatu yang disepakati sebagai pedoman (konvensi).

Konvensi ini diakrabi baik oleh seniman maupun penonton, misalnya bagaimana komunikasi antara raja dengan senapati, atau sebaliknya. Dalam wayang juga dikandung ajaran-ajaran yang dapat dipergunakan sebagai pedoman hidup bagi masyarakat, misalnya ajaran kepemimpinan: hendaknya seorang pemimpin meneladani watak *surya, candra, kartika, angkasa, kisma, tirta, dahana, dan samirana (astharabrata)*. Namun wayang juga dipandang sebagai seni pertunjukan yang menarik, memukau, dan menghibur, artinya dapat membahagiakan hati penonton (Darmoko, 2010: 9-14).

Wayang santri itu sendiri menceritakan bagaimana sejarah ajaran Islam yang masuk diJawadan disajikan dengan menggunakan wayang sebagai medianya, tidak hanya itu saja wayang santri juga bisa menceritakan tokoh wali songo yang menyebarkan ajaran-ajaran Islam di indonesia. Wayang santri juga tidak jauh berbeda dengan wayang golek yang seperti biasa di pertunjukkan, tetapi wayang santri lebih tertuju jalan ceritanya menyangkut

ajaran agama Islam dan tuntunan agama yang memperkuat wayang santri tersebut.

Wayang santri yang diadakan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta di gor mempunyai respon positif oleh masyarakat yang menyaksikan karena pertunjukan ini didalangi oleh Ki Dalang Enthus ini yang berjudul (SANG PENCERAH), cerita ini menceritakan tentang dimana perjalanan dan perjuangan KH. Ahmad Dahlan dalam melakukan pembaharuan Islam di Indonesia. Menggambarkan kondisi atau situasi sejarah dari umat Islam masuk ke Jawa.

Jalan cerita yang sudah disiapkan untuk mempersembahkan hiburan atau pertunjukan wayang santri yang menghadirkan sosok-sosok tokoh utama seperti KH. Ahmad Dahlan, KH. AR. Fakhruddin dan tokoh-tokoh lainnya. Dalam media wayang yang akan bergerak secara runtun dan sangat hidup yang dibingkai atau dikemas dalam balutan musik pengiring yang sangat bernuansa Islami meskipun dominasi musik gamelan sangatlah kental.

Berbicara tentang citra, banyak hal yang harus kita ketahui tentang citra. Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Kesan itu sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Seseorang yang memandang sebuah citra mempunyai kesan yang berbeda-beda dan tidak sama. Karena yang ada pada benak seseorang citra bisa membuat organisasi itu menjadi dipandang seseorang baik buruknya sebuah organisasi. Setiap organisasi mempunyai pencitraan sendiri-sendiri tergantung apa yang ada dan yang diberikan terhadap publik. Pembentukan

citra membutuhkan waktu yang lama dalam sebuah organisasi(Soemirat,2004: 113).

Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima oleh seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra suatu organisasi atau lembaga dibenak publiknya dibutuhkan adanya suatu penelitian. Melalui penelitian organisasi dapat mengetahui pasti sikap publik terhadap lembaganya, mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai oleh publiknya(Soemirat, 2004: 114-116).

Baik dan buruknya sebuah organisasi atau perusahaan itu tergantung reputasi yang disandangnya.Bagaimana reputasi yang ada bisa membuat masyarakat memandang lebih baik maupun buruknya sebuah organisasi. Keduanya bersumber dari citra yang berlaku dimana orgnanisasi dalam membangun atau menciptakan sebuah proses pencitraan bisa diterima dalam masyarakat luas. Kinerja yang baik di dalam sebuah organisasi maka pasti keinginan hasil baikpun ingin didapatkan sesuai harapan yang ada.Kemudian organisasi yang mempunyai citra baikpun bisa terkena citra buruk ketika organisasi tersebut terkena musibah atau kecelakaan di dalam sebuah organisasi. Ketika suatu musibah menimpa organisasi yang sebelumnya mempunyai citra baik dan untuk memulihkan suatu citra tidaklah mudah

karena butuh suatu proses yang lama untuk menanamkan kepercayaan terhadap masyarakat agar memandang baik sebuah organisasi tersebut. Citra buruk sebuah organisasi dikarenakan oleh kinerja yang kurang bagus dan hasil yang diharapkan tidak sesuai. Biasanya citra yang buruk di dalam suatu organisasi itu banyak terjadi karena orang yang di dalamnya tersangkut sebuah masalah yang menjadikan citranya buruk dan masyarakat tidak mempercayai organisasi itu.

Muhammadiyah merupakan suatu organisasi yang sering didengar dalam sebuah masyarakat di Indonesia. Muhammadiyah sudah menyebar dimana-mana khususnya di Pulau Jawa. Muhammadiyah pertama kali didirikan oleh KH Ahmad Dahlan pada tanggal 8 Dzulhijah 1330 Hijriyah, bertepatan dengan tanggal 18 November 1912 Muhammadiyah di kota Yogyakarta. Muhammadiyah itu sendiri dikenal oleh masyarakat sebagai organisasi yang telah memberikan jiwa pembaharuan dalam pemikiran Islam dan bergerak dalam sebuah kehidupan umat (Sobron, 2008: 26).

Ahmad Dahlan mendirikan Muhammadiyah tidak mudah dan tidak secara kebetulan begitu saja, tetapi dengan dorongan dan aspirasinya yang besar tentang masa depan Islam Indonesia yang akan datang. Perjalanan tersebut tidak mudah mulai dari perjalanan intelektual, spiritual, dan sosial Ahmad Dahlan mempunyai dua fase yang pertama biografi kehidupannya, fase pertama, setelah menunaikan ibadah haji yang pertama (1889), dan fase kedua, setelah menunaikan ibadah haji kedua (1903).

Pada ibadah haji yang pertama, usia Ahmad Dahlan masih 20 tahun. Mempunyai motivasi untuk meningkatkan spiritual pribadinya, dengan cara menunaikan rukun Islam yang kelima yaitu ibadah haji. Disamping motivasi spiritualnya, ibadah hajinya kali ini dimanfaatkan untuk menimba ilmu-ilmu dan mempelajari Islam lebih dalam. Berharap bisa mendapatkan ilmu yang sangat bermanfaat dalam kualitas spiritualnya dan intelektualnya mengenai Islam.

Berbicara tentang Sang Pencerah mengingatkan kita kepada seorang tokoh dimana tokoh tersebut mempunyai kepribadian yang baik dan sosial, peduli terhadap masyarakat yang membutuhkan bantuan ataupun uluran tangan kita. Beliau adalah KH Ahmad Dahlan, pendiri Muhammadiyah. Sosok Ahmad Dahlan adalah figur yang memperjuangkan nilai-nilai agama dan sosial di dalam masyarakat. Cerita sang pencerah tersebut menggambarkan kehidupan sehari-hari Ahmad Dahlan dari hal-hal terkecil sampai yang mengetuk hati seorang Ahmad Dahlan. Pemikiran-pemikirannya yang terkenal sebagai pendobrak dan pembaharu dilingkup tradisi.

Jalan cerita sang pencerah ini sesuai dengan cerita nyatanya yang berlokasi di Yogyakarta pada masa Hamengkubuwonoke VII. Ia lahir dari seorang yang biasa dan apa adanya dia menjadi seorang yang menggagas tentang Islam dimana Islam itu mudah dan membebaskan. Bukan agama yang menyulitkan seperti apa yang sudah ada pada zaman kuno. Dalam film sang pencerah Ahmad Dahlan sangat menangis di dalam hati bagaimana agama Islam yang diyakini sebagai *rahmatan lilalamin* atau rahmat kebaikan bagi

seluruh alam tidak nampak ada. Secara fakta yang ada banyak orang-orang muslim yang terlantar dijalan tapi di biarkan oleh pemuka agama. Tidak ada rasa sosial yang mengetuk hati pemuka agama untuk membantunya. Seakan-akan orang-orang terlantar dibiarkan miskin seolah-olah sudah menjadi takdirnya, padahal nyata-nyata dihadapan masjid. Pemuka agama Tidak ada yang peduli oleh mereka yang terlantar yang butuh makan dan minum agar mereka tetap sehat sebagai mahluk Allah yang semua derajatnya di samakan dihadapan Allah. Pemuka agama yang seharusnya terusik hatinya tetapi mereka tidak peduli dan sibuk dengan ritual keagamaannya. Padahal manusia yang terlantar itu berada disekitaran masjid, pemuka agama itu juga sholat dimasjid itu tetapi mereka tidakmempedulikan itu semua. Dan jumlah orang yang terlantar disekitar masjid semakin hari semakin bertambah banyak dan tak ada harapan untuk hidup lagi (Basral, 2010 :4-5).

Pada jaman dahulu agama juga bercampur aduk dengan adanya ritual-ritual mistis yang menurut Ahmad Dahlan terlalu berlebihan. Dan mereka yang kehilangan keluarganya harus melakukan tahlilan yang sangat berlebihan atau over. Seharusnya orang yang meninggal mendapatkan belas kasihan bukan kita yang menyuguhi orang yang datang ditahlilan tersebut inilah yang membuat kebiasaan yang salah kaprah dan dibungkus oleh budaya. Tetapi mereka banyak yang tidak mengerti makna iman, musrik, mistik, sholat, ibadah, kafir dan sesajen seolah menjadi campur baur yang sudah menjadi kewajiban dan harus ditaati.

Ketika Dahlan membahas semua tentang masalah itu ayahandanya tidak sepenuhnya menerima karena agama itu bukan dari akal saja tetapi juga dari hati nurani. Pernyataan ayahandanya juga ada benarnya tetapi kesenangan hati yang sudah diselimuti kesenangan duniawi, kedudukan, kewibawaan tentunya akan memelihara kesenangan saja yang di agung-agungkan. Sebuah pendapat Ahmad Dahlan berpendapat guru agama bukanlah segalanya yang harus ditiru. Karena suatu kebenaran di dalam agama harus kita cari bersama-sama dan tidak hanya milik guru. Pendapat itu berbeda dengan apa yang dilakukan di Yogyakarta dimana petuah guru adalah kebenaran, jadi murid harus tunduk pada guru tanpa ada bantahan dari muridnya. Seperti masa dulu orang yang selesai pergi berhaji pasti mendapatkan nama baru begitupun dengan Darwis yang sebelumnya pergi haji nama aslinya Darwis dan berubah menjadi Ahmad Dahlan (Basral, 2010 :8-10).

Pola pengajian yang dilakukan Ahmad Dahlan yang sangat berbeda dengan yang lainnya membuat seorang murid yang bertanya pada Ahmad Dahlan dan bertanya apa itu agama kiai? Lalu Ahmad Dahlan mengambil biola lalu memainkannya dengan suara merdu alunan musik biola tersebut. Kemudian mereka memberikan biolanya tersebut kepada pemuda itu untuk memainkannya tetapi suara biola tersebut terdengar sangat kacau dan tidak enak didengar karena pemuda tersebut tidak memiliki keahlian dan ilmu tentang cara memainkan biola. Disitu KH Ahmad Dahlan menerangkan makna agama. Agama bagaikan musik indah yang mampu memberikan kesyahduan, ketenangan, dan kebahagiaan. Tetapi harus dilakukan dengan

ilmu pengetahuan, kalau tidak malah bisa menjadi kacau dan jadi bahan tertawaan. Perjuangannya semakin mendapat tantangan dan tidak jarang ia dikategorikan orang kafir. Tetapi perubahan harus tetap dilakukan agar semuanya bisa berjalan lancar dan benar sesuai Al-qur'an.

KH Ahmad Dahlan mempelajari organisasi-organisasi modern yang mengajak pada perubahan, terutama Budi Utomo. Dari situ muncul inspirasi pendirian Muhammadiyah. Maka lahirlah Muhammadiyah pada tanggal 18 Nopember 1912, sebagai perserikatan non-politik. Berbasis perjuangan melalui pendidikan dan kesehatan Muhammadiyah terus berkembang secara kuantitatif. Secara kualitatif Muhammadiyah harus mulai introspeksi diri. Tanpa harus berubah menjadi sebuah partai, Muhammadiyah bisa dengan tegar memberikan masukan kepada penyelenggara negara. Yang jelas, titipan KH Ahmad Dahlan harus terus dipegang "hidupilah Muhammadiyah, tetapi jangan mencari penghidupan dari Muhammadiyah" (Basral, 2010:12-15).

Di dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode Analisis Resepsi dimana penerimaan sebuah pesan khlayak terhadap sebuah obyek yang kita lihat seperti film, pertunjukan atau sebuah tayangan. Makna yang terdapat pada sebuah teks itu pada dasarnya bersifat terbuka karena mempermudah khalayak untuk memahaminya. Agar khalayak mudah menerima sebuah pesan yang ada.

analisis respsi mempunyai bagian khusus dari sebuah khalayak dimana di dalam proses aktual terdapat asimilasi melalui praktek wacana terdapat tiga elemen tersebut adalah

1. Data yang ada dikumpulkan dari khalayak diperoleh dari wawancara kelompok yang biasanya disebut *focus group interview* dan wawancara dilakukan untuk menggali isi pesan yang ada di dalam diri khalayak.
2. Hasil dari wawancara dan *focus group discussions* dianalisis sesuai dengan transkrip wawancara dan bisa dikategorikan sesuai dengan pernyataan dan komentar dari khalayak.
3. Peneliti mencoba melakukan interpretasi terhadap khalayak dan mengelaborasi temuan yang terjadi terhadap penerimaan yang riil dari sebuah konteks penelitian yang dilakukannya (Adi Nugroho, 2012: 27-28).

Disini media yang digunakan sangat berperan banyak terhadap audiens karena dengan audiens kita bisa mendapatkan sebuah informasi mengenai dinamika yang terjadi antara konsumen dan produk budaya. Dan untuk mendapatkan pesan khalayak peneliti menggunakan cara wawancara terhadap responden untuk mengetahui pandangan khalayak terhadap citra Muhammadiyah melalui wayang santri sang pencerah. Jadi dengan wawancara itulah kita tahu hasil penerimaan pesan penonton dari sebuah isi teks media tersebut. (Adi Nugroho, 2012: 27-28).

Terdapat penelitian terdahulu yaitu milik Aisyah Fatin mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta (2013) yang berjudul *Analisis Resepsi*

penonton Perempuan Yang Sudah Menikah Terhadap Kekerasan Perempuan Di Film Die Fremde (When We Leave). Pada penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pemaknaan yang mendalam dari khalayak atau penonton yang sudah menikah dalam film *Die Fremde (When We Leave)*. Penelitian ini menggunakan metode yaitu analisis resepsi dimana metode ini bekerja dengan cara mewawancarai informan terhadap pemaknaan kekerasan perempuan dalam film itu. Dan informan yang akan diwawancarai mempunyai latar belakang yang berbeda-beda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aisyah Fatin ini adalah seluruh informan yang memosisikan dirinya pada posisi *oppositional* atau menilai sebuah makna yang ada dalam film itu bertentangan dengan diri mereka dan kondisi yang ada disekitar mereka, dan ada beberapa yang ada di posisi *Negotiated* atau menerima makna yang ditawarkan tetapi dalam kondisi yang tertentu. Informanpun tidak setuju adanya kekerasan yang dialami oleh perempuan pada film tersebut. Menurut informan, kekerasan tidak perlu terjadi apalagi pelaku kekerasan itu seorang suaminya dan keluarga dari korbannya.

Penelitian selanjutnya yaitu milik Ahmad Fauzan, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta melakukan penelitian yang berjudul *Analisis penerimaan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Nilai-Nilai Toleransi Antar Umat Beragama Dan Pluralisme Dalam Film “?” (Tanda Tanya)*. Penelitian ini didasari oleh isu toleransi dan pluralisme agama yang saat itu menjadi perdebatan di dalam suatu masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi, yaitu

dengan berfokus pada penerimaan khalayak terhadap film tersebut baik verbal maupun non verbal. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana perbedaan penerimaan khalayak terhadap film “?” tanda Tanya. Dapat di simpulkan bahwa dari setiap informan mempunyai penerimaan yang berbeda yaitu *oppositional reading*, *dominant reading* dan *negotiated reading*.

Penelitian yang selanjutnya adalah milik Vivit Ayu KusumaWardani, mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Surakarta yang melakukan penelitian yang berjudul *Analisis Resepsi Penonton Terhadap Kenakalan Remaja Pada Film Putih Abu-Abu Dan Sepatu Kets*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana resepsi penonton remaja terhadap kenakalan remaja pada film tersebut. Penelitian ini menggunakan analisis resepsi yaitu sebuah metode yang membandingkan antara analisis tekstual wacana media dan wacana khalayak, yang hasilnya interpretasinya merujuk pada konteks, seperti kultur setting dan konteks isi atas media lain. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa informan dapat dikelompokkan dalam posisi decoding khalayak menurut Stuart Hall (posisi dominan hegemonik, *negotiated* dan *oppositional*). Namun secara keseluruhan informan berada pada posisi *oppositional* dimana informan tidak setuju atau menolak adanya adegan kenakalan remaja yang ada pada film abu-abu dan sepatu kets. Hanya ada beberapa informan yang menunjukkan pada posisi *negotiated*.

Ketiga penelitian di atas, penelitian yang dilakukan mempunyai perbedaan dan persamaan dimana persamaan penelitian di atas berada metode

yang digunakannya. Yang sama-sama menggunakan metode analisis resepsi sedangkan perbedaannya terletak pada obyek penelitian yang digunakannya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis memutuskan untuk mengambil tema Analisis Resepsi Penonton Terhadap Citra Muhammadiyah Melalui Wayang Santri Sang Pencerah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan sedikit uraian di atas, ada beberapa masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu:

Bagaimana penonton memberikan citra terhadap Muhammadiyah dalam Wayang Santri Sang Pencerah?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini diadakan untuk mencapai beberapa tujuan, yaitu:

Untuk mengetahui pemaknaan penonton terhadap citra Muhammadiyah dalam wayang santri sang pencerah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat dalam segi akademis maupun praktis, yaitu:

1. Manfaat Akademis

Di dalam Penelitian ini berharap mampu memberikan suatu kontribusi dalam kajian tentang studi ilmu komunikasi, khususnya wayang santri

sang pencerah dalam ranah ilmiah, sehingga dapat memperluas wawasan dan pengetahuan tentang studi ilmu komunikasi ini di dalam konteks akademik.

2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini penulis berharap menunjukkan wayang santri sebagai media komunikasi yang menyampaikan pesan tentang citra Muhammadiyah, baik bagi penonton maupun penulis naskah lakon. aspek mana sajakah yang tepat untuk disisipi pesan tertentu dan seperti apakah respons masyarakat terhadap bentuk-bentuk penyampaian pesan tersebut, sehingga di masa yang akan datang dapat menetapkan cara-cara yang lebih efektif dan efisien dalam penggunaan media sebagai sarana pengkomunikasian pesan. Di samping itu, hasil penelitian ini juga sebagai masukan bagi masyarakat, khususnya para penikmat seni wayang santri. Dimana wayang satri yang masih belum begitu populer perkembangannya, agar dipopulerkan dan dilestarikan secara luas yang bisa menjadikan wayang santri ditempatkan pada hati masyarakat pecinta Wayang Santri.

E. Tinjauan Pustaka

1. Komunikasi

Komunikasi adalah mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. *pesan* komunikasi mempunyai banyak bentuk. Kita mengirimkan dan

menerima pesan ini melalui salah satu atau kombinasi tertentu dari panca indera kita. Walaupun biasanya kita menganggap pesan dalam bentuk verbal (lisan atau tertulis), ini bukan satu-satunya jenis pesan. Kita juga berkomunikasi secara non verbal (tanpa kata). Sebagai contoh, busana yang kita kenakan berkomunikasi, seperti juga cara kita berjalan, berjabat tangan, menggelengkan kepala, menyisir rambut, duduk, dan tersenyum. Segala hal pada diri kita melakukan komunikasi (Devito, 1997:23-25).

Saluran komunikasi adalah media yang dilalui pesan. Jarang sekali komunikasi berlangsung melalui hanya satu saluran kita menggunakan dua, tiga, atau empat saluran yang berbeda secara simultan. Sebagai contoh, dalam interaksi tatap muka kita berbicara dan mendengarkan saluran suara, tetapi kita juga memberikan isyarat tubuh dan menerima isyarat ini secara visual saluran visual. Kita juga memancarkan dan mencium bau-bauan saluran olfaktori. Sering kali kita saling menyentuh, ini pun komunikasi saluran taktil (Devito, 1997:28).

Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Lasswell dalam Mulyana (2008) menjelaskan bahwa:

Komunikasi itu *who*, (siapa yang mengatakan), *Says what*, (pesan yang disampaikan), *In Which channel*, (media yang digunakan), *To Whom*, (kepada siapa), *Whit What Effect*, (Efeknya seperti apa pesan tersebut). Model komunikasi ini yang di ungkapkan Harold Lasswell pada tahun 1948 menggambarkan suatu proses komunikasi dan fungsi yang dilakukan di dalam masyarakat (Mulyana, 2008:147).

2. Wayang Santri Sebagai Media komunikasi massa

Wayang santri adalah sebuah pertunjukan wayang yang menceritakan masalah keagamaan Islam, filosofi dan sejarah Islam yang terjadi di Indonesia. Sebelum munculnya wayang santri banyak wayang yang sudah di ciptakan di Jawa, yaitu ada wayang kulit, wayang orang, wayang golek, tetapi pada saat itu yang paling populer di dalam suatu masyarakat adalah wayang kulit karena wayang kulit menceritakan sejarah Jawa bagaimana nilai-nilai yang ada di masyarakat bisa di ciptakan, penyebaran budaya Jawa yang sudah turun temurun dari abab ke abad.

Wayang santri hadir pertama kali di tengah-tengah kehidupan masyarakat pesisir pantura, dan menurut Ki EEntus susmono yang mencitakan wayang santri wayang santri sendiri lahir pada tahun 2006. Wayang santri sendiri ini sangat membantu para ulama atau kiai untuk menyebarkan ilmu tentang agama Islam. Awal mula Ki Enthus menyajikan pertunjukan wayan santri ini setelah ki Enthus mendapatkan gelar dalang terbaik di Jawa tengah. Fungsi perertunjukan ini yang berfokus pada membangun dan memberikan pelajaran tentang agama Islam agar manusia tau ajaran agama yang lebih dalam dan mempermudah manusia mempelajarinya. Di dalam pementasannya menceritakan sejarah suatu organisasi atau maulud nabi dan lainnya yang berhubungan dengan cerita atau sejarah Agama Islam (www.teropong-news.com).

Media merupakan saluran penyampaian pesan dalam komunikasi antar manusia, menurut McLuhan definisi media massa adalah perpanjangan alat indra kita. Dengan media massa kita memperoleh sebuah informasi tentang benda, tempat yang tidak kita alami secara langsung. Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi. Khalayak informasi dapat membentuk, mempertahankan dan mendefinisikan citra

Media juga dapat diartikan juga sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan dari komunikator kepada khalayak. Kemudian media mempunyai dua sifat yaitu media cetak dan elektronik. Media cetak disini bisa di artikan seperti surat kabar, Koran, majalah, brosur dan lain sebagainya, kemudian untuk media elektronik contohnya berupa televisi web, radio dan lainnya (Nova,2011:199-200).

Dari prespektif wayang santri, media massa telah menjadikan sebuah terobosan baru untuk menentukan bagaimana definisi – definisi terhadap sebuah perkara dan media massa yang memberikan gambaran atas realitas sosial. Media massa inilah menjadikan sebuah perhatian utama masyarakat untuk mendapatkan sebuah hiburan atau pertunjukan dan menyediakan lingkungan budaya bagi ssemua orang. Menurut McLuhan, dalam menggunakan media orang cenderung mementingkan isi pesannya saja dan orang sering kali tidak menyadari bahwa media yang digunakan juga mempengaruhi kehidupannya. Media membentuk dan mempengaruhi pesan atau informasi yang disampaikan (Morissan,2013:480).

Suatu organisasi dapat menciptakan dan memanfaatkan media sendiri, bukan hanya media-media umum yang biasa untuk menjangkau khalayak. Wahana komunikasi internal itu sendiri memiliki berbagai bentuk yaitu:

- a. Jurnal internal
- b. Video
- c. Slide
- d. Kaset-kaset rekaman audio
- e. Kursus-kursu pendidikan tambahan
- f. Ucapan-ucapan lisan
- g. Seminar dan konferensi
- h. Eksibisi khusus

Penggunaan media sangatlah penting karena adanya dorongan dari kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh audiensi sendiri. Media komunikasi adalah tempat dimana sebuah pesan disampaikan dan dapat diterima oleh khalayak secara luas. Suatu budaya yang disampaikan kedalam suatu masyarakat juga digunakan sebagai media komunikasi agar terciptanya suatu tujuan, contohnya wali songo atau sekumpulan para wali dipulau Jawa yang menyebarkan ajaran Islam secara luas agar masyarakat mempunyai agama yang benar, baik dan sesuai Al-qur'an. Dan sunan kali jaha lah yang menggunakan wayang kulit sebagai media komunikasi sebagai alat untuk menyebarkan ajaran Islam. Dengan budaya itulah masyarakat mudah mendapatkan isi pesan tersebut.

Selain contoh di atas sampai saat ini kebudayaan masih digunakan sebagai media komunikasi seperti Wayang santri yang diciptakan oleh Ki Enthus ini, juga mempunyai tujuan yang sama bagaimana sebuah budaya seperti wayang santri yang bisa mengingatkan masyarakat kepada agama Islam dan tetap pada jalan yang benar, mengajarkan syariat-syariat yang benar. Dengan wayang santri lah masyarakat bisa menikmati sebuah pesan yang disampaikan oleh komunikator dan disamping wayang santri sebuah hiburan tetapi pesan-pesan keIslaman dan kerohanian tetap dijunjung tinggi agar khalayak tetap menikmati pertunjukan tersebut (Morissan,2013:480).

3. Citra

Citra adalah pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutupi suatu fakta. Oleh karena itu, para personelnnya kini jauh lebih dituntut untuk mampu menjadikan orang-orang lain memahami suatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra lembaga atau perusahaan yang di wakilnya. Ada lima jenis citra (*image*) antara lain citra bayangan (*mirror image*), citra yang berlaku (*current image*), citra harapan (*wish image*), citra perusahaan (*corporate image*), serta citra majemuk (*multiple image*).

Sutojo (2004) mengartikan citra sebagai persepsi masyarakat terhadap sebuah organisasi. Persepsi masyarakat didasari oleh apa yang

meraka ketahui atau bagi mereka melihat sebuah organisasi tersebut. Selanjutnya Kotler (1995) mendefinisikan sebuah citra sebagai jumlah keyakinan-keyakinan, kesan-kesan, gambaran-gambaran, yang dimiliki seseorang pada sebuah obyek. Obyek yang dimaksud bisa berupa orang, organisasi atau kelompok seseorang. Apabila obyek tersebut organisasi maka seluruh keyakinan, gambaran, kesan atas sebuah organisasi itu disebut citra. Citra organisasi merupakan presentasi nilai seseorang atau kelompok terhadap organisasi itu sendiri.

Pengertian citra dikatakan abstrak ketika citra itu berbentuk tidak nyata, karena tidak bisa digambarkan secara fisik, dan tidak dapat diukur secara sistematis karena hanya ada dalam pikiran seseorang. Wujudnya bisa dirasakan oleh baik buruknya penilaian seseorang. Seperti Penerimaan pesan seseorang dan tanggapan positif atau negatif publik dan masyarakat luas secara umum (Sutisna, 2001:330).

Organisasi yang ada mau tidak mau harus memiliki citra di dalam masyarakat. Karena citra yang ada pada benak masyarakat harus dijaga jangan sampai ada berbagai macam sebab-sebab, karena kebanyakan masyarakat mempunyai persepsi yang lain mengenai organisasi itu. Dengan demikian citra organisasi harus menjadi perhatian pemimpin organisasi agar pemimpin organisasi tetap mengupayakan agar persepsi di masyarakat tidak menyimpang jauh dari apa yang diharapkan oleh sebuah organisasi. Walaupun citra dalam sebuah persepsi membentuk citra itu perlu dibangun secara jujur agar citra yang dipersepsikan oleh publik yaitu

baik dan benar. Yang artinya mempunyai konsistensi antara citra dan realitas yang ada. (Anggoro, 2001:67).

Menurut Jefkins (1995: 17-19), bentuk-bentuk citra di bagi menjadi empat yaitu:

a. Citra Bayangan

Citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap suatu organisasi. Citra ini seringkali tidaklah tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan atau pun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam suatu organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar. Citra ini cenderung positif, bahkan terlalu positif, karena kita membayangkan hal yang serba hebat mengenai diri sendiri sehingga kita pun percaya bahwa orang-orang akan memiliki pandangan yang tidak kalah hebatnya atas diri kita.

b. Citra Yang Berlaku

Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Namun sama halnya dengan citra bayangan, citra yang berlaku tidak selamanya, bahkan jarang, sesuai dengan kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang-orang luar yang bersangkutan yang biasanya tidak memadai. Biasanya pula citra ini cenderung negatif.

c. Citra Harapan

Citra harapan adalah citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra harapan lebih baik atau lebih menyenangkan dari pada citra yang ada, walaupun dalam kondisi tertentu, citra yang terlalu baik juga bias merepotkan. Namun secara umum, yang disebut citra harapan itu memang sesuatu yang berkonotasi lebih baik. Citra harapan itu biasanya dirumuskan dan diperjuangkan untuk menyambut sesuatu yang relative baru, yakni ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai.

d. Citra Manjemuk

Masing-masing unit dan individu tersebut memiliki perangai dan perilaku tersendiri sehingga, secara sengaja atau tidak dan sabar atau tidak, mereka pasti memunculkan citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Untuk menghindari berbagai hal yang tidak diinginkan, variasi citra itu harus ditekan seminimal mungkin dan citra perusahaan secara keseluruhan harus ditegakkan. Antar lain adalah dengan mewajibkan semua karyawan mengenakan pakaian seragam, menyamakan jenis dan warna mobil dinas dan simbol-simbol tertentu dan sebagainya (Jefkins, 1995: 17-19).

Citra Muhammadiyah sebagai persepsi masyarakat terhadap organisasi Muhammadiyah yang didasari oleh apa yang masyarakat lihat dan ketahui tentang Muhammadiyah tersebut. (Sutisna, 2001: 330).
Wayang santri sang pencerah memiliki pesan yang disampaikan dengan

menunjukkan bagaimana Muhammadiyah dalam kehidupan sehari-hari.

Pembaharuan Muhammadiyah mengenai citra dibagi menjadi tiga, yaitu :

a. Moderat

Moderat adalah kecenderungan ke arah dimensi atau jalan tengah dan selalu menghindarkan perilaku atau pengungkapan yang ekstrim. Jadi pembaharuan tentang citra Muhammadiyah adalah dimana Muhammadiyah dalam menyampaikan dakwahnya tidak secara ekstrim tapi dengan mengambil jalan tengah dalam semua urusan agama tanpa berlebihan dan mengurangi. Posisi dan watak moderat atau tengahan bukanlah tanpa prinsip, tetapi melakukan proses aktualisasi nilai-nilai secara lebih luas dan lentur sesuai prinsip dakwah cerdas dan bijaksana, pendidikan yang baik, serta berdialog dengan argument yang lebih baik (Nashir, 2010: 147-149).

b. Modern

Muhammadiyah juga secara populer dikenal sebagai gerakan Islam modern atau modernisasi Islam. Karakter Muhammadiyah sebagai organisasi Islam modern menurut Majelis Tarjih dan Pengembangan Pemikiran Islam, memiliki dua sisi yang tidak dapat dipisahkan, yakni pemurnian dan pembaruan, sehingga dengan keotentikan Islam kemudian melakukan pembaharuan untuk kemajuan hidup umat manusia khususnya umat Islam dalam perkembangan zaman. Membuka pintu untuk menerima

pengaruh dari luar secara selektif dan melakukan adaptasi terhadap perubahan yang terjadi di masyarakat. Modern adalah menempatkan Islam sebagai ajaran nilai-nilai dan konsep yang aktualisasinya dalam kehidupan bersikap fleksibel, tidak kaku tidak radikal tetapi lebih menekankan pada transformasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan, tidak menyatukan atau memisahkan secara mutlak. (Nashir, 2010:147).

c. Sosial

Dalam penyampaian atau dakwahnya Muhammadiyah menghadirkan Islam bukan sekedar dalam lisan dan tulisan, tetapi dalam tindakan dan amaliah yang melembaga dalam kehidupan masyarakat sehingga dapat dikatakan sebagai bentuk baru dari sosial Islam (Nashir, 2010: 7).

4. Khalayak

Khalayak biasa disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, *audience*, *decoder* atau komunikan. Khalayak adalah salah satu actor dari proses komunikasi. Karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak. Suatu kegiatan komunikasi yang diabaikan oleh khalayak sudah pasti komunikasi itu akan gagal Dalam mencapai tujuannya.

Khalayak dalam studi komunikasi bias berupa individu, kelompok, dan masyarakat. Menjadi tugas seorang komunikator untuk mengetahui

siapa yang akan menjadi khalayaknya sebelum proses komunikasi berlangsung. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui data sosiodemografik, profil psikologis dan karakteristik perilaku khalayak yaitu :

a. Survei

Cara ini hasilnya cukup akurat, hanya saja memerlukan waktu, biaya, dan tenaga yang cukup.

b. Melihat data potensi atau buku statistic yang ada

Cara ini lebih praktis, mudah dan murah. Hanya saja ada kemungkinan data yang diperlukan tidak tersedia.

c. Wawancara.

Cara ini juga mudah dan praktis, hanya saja ada kemungkinan memiliki keterbatasan-keterbatasan, terutama dalam daya ingat dan tercampurnya kepentingan pribadi dari responden.

Berdasarkan data yang diperoleh dari survey, buku statistic dan wawancara seorang komunikator yang professional sudah dapat menetapkan tujuan atau sasaran yang ingin dicapai, isi pesan yang ingin disampaikan, media yang akan digunakan serta teknik-teknik atau strategi yang dapat dipakai untuk mempengaruhi khalayak. Mengenai tujuan yang ingin dicapai harus jelas, sederhana, dapat dispesifikasi, realistis dalam arti dapat dilaksanakan, serta terdapat keseimbangan antara biaya, waktu, dan

tenaga yang tersedia. Tujuannya yang telah ditetapkan menjadi pedoman dalam kegiatan komunikasi yang akan dilakukan.

Seorang komunikator perlu memahami bahwa penerima adalah salah satu actor yang sangat menentukan berhasilnya tidaknya proses komunikasi. Karena itu penerima dalam mendecode atau menyerap pesan harus dilihat sebagai suatu proses kegiatan yang aktif dengan memanfaatkan saluran-saluran organik dan mekanik yang ada. Derajat pesan yang dapat diserap oleh penerima dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain ketrampilan berkomunikasi, tingkat pengetahuan, sistem sosial dan budaya penerima (Berlo,1961).

5. *Encoding-decoding*

Pertunjukan wayang santri sang pencerah memberikan resepsi yang berbeda-beda kepada khalayak atau penontonnya. Dan khalayak yang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda, yang akan memaknai apa yang khalayak lihat dan dengar juga akan berbeda-beda.

Pesan dan makna tidak sekedar ditransmisikan saja tetapi keduanya harus diproduksi; pertama pelaku encoding dari bahan “mentah” kehidupan sehari-hari; kedua oleh khalayak dalam kaitannya dengan lokasi pada wacana-wacana lainnya. Momen encoding dan decoding mungkin benar-benar tidak simetris. Hasil dari proses apa yang dimaksudkan dan apa yang diterima tidak klop (Storey,2006:14).

Terdapat 3 posisi hipotesis dari yang dilihat Hall mengenai *decoding*.

a. Posisi dominan-hegemonik.

Posisi ini terjadi ketika pemirsa memetik makna yang di konotasikan, secara penuh dan apa adanya, dan men-decodingkan pesan berdasarkan kode acuan dimana ia di-encoding, dan kita bisa mengatakan bahwa pemirsa beroperasi di dalam kode dominan.

b. Posisi yang dinegosiasikan.

Decoding dalam versi ini yang dinegosiasikan memuat bauran dari unsur-unsur yang di oposisional dan adaptif. Dan menyelaraskan posisi yang diistimewakan dengan definisi dominan atas peristiwa kendati menjamin membuat aplikasi yang lebih ternegosiasikan bagi kondisi lokal.

c. Kode oposisional

Posisi ini merupakan posisi yang diduduki oleh pemirsa yang mengakui kode wacana yang disampaikan, tetapi memutuskan untuk melakukan decoding dalam sebuah kerangka acuan alternative (Storey,2006:14-16).

Morley memberikan sebuah pemahamannya sendiri mengenai encoding-decoding dari Stuart Hall yaitu:

a. Produksi pesan penuh makna dalam apa yang dilihat pemirsa merupakan pekerjaan yang problematis. Peristiwa yang sama bisa di-encoding melalui lebih dari satu cara. Yang mewujudkan maknanya dalam bentuk tertentu yang berulang.

- b. Pesan dalam komunikasi sosial selalu bersifat kompleks dalam hal struktur dan bentuk. Pesan menawarkan dan menganjurkan pembaca tertentu atas pembaca lainnya, namun pesan tidak pernah bisa menjadi sama sekali tertutup di sekitar pembaca. Pesan tetap bersifat polisemik.
- c. Aktivitas memetik makna dari pesan juga merupakan sebuah praktik yang problematis, betapapun transparan dan natural tampaknya aktivitas itu. Pesan meng-encoding satu cara visa senantiasa dibaca dengan cara yang berbeda (Storey, 2006:17).

6. Resepsi

Di dalam sebuah studi audient telah berkembang beberapa varian yang ada yaitu *effect research, uses and gratification research, literary criticism, cultural studies, reception analysis* (Jansen and Rosengen, 1995:174). Analisis resepsi bisa diartikan wacana yang baru di dalam teori komunikasi dan sosial. Analisis resepsi dikatakan menandakan sebuah media atau sebuah pengalaman yang dialami pada sebuah kejadian atau peristiwa yang di dalamnya terdapat pesan-pesan yang akan disampaikannya. Resepsi memberikan saran agar audiens juga melihat isi pesan yang disampaikan agar spesifik pada saat apa yang dilihat menjadi sebuah obyek analisis yang empiris.

Pendukung yang ada di dalam analisis resepsi yaitu kajian sebuah khalayak yang sesungguhnya hendak menempatkan khalayak tidak pasif namun bisa menjadikan kultural, dan memiliki kuasa dalam berbagai wacana yang di tawarkan oleh media tersebut. Makna yang di lakukan oleh

media bisa bersifat terbuka dan bisa juga dianggapi oleh khalayak sebagai opositif (Fiske,1987).

Analisis resepsi mempunyai bagian khusus di dalam memberikan sebuah pesan di dalam benak khalayak dimana media yang mendapatkan proses asimilasi melalui proses praktek wacana dan budaya khalayaknya. Ada tiga elemen metodologi analisis resepsi atau yang biasanya disebut dengan *the collection, analysis, and interpretation of reception data*.(Jansen, 1999:139). Ketiga elemen itu adalah:

- a. Mengumpulkan data dari khalayak. Artinya di dalam sebuah penelitian yang dilakukan yaitu mengumpulkan data dengan menggunakan wawancara dan *focus group interview* dan pada wawancara kelompok tetap berpegang pada sebuah wacana yang terjalin diantara media dan pemirsanya. Artinya disaat wawancara itu berlangsung isi pesan media tetap berfokus pada diri seorang khalayak.
- b. Menganalisis sebuah hasil wawancara atau rekaman yang dilakukan pada saat *focus group discussion* (FGD) seperti apa yang dilakukan dia atas sebelumnya. Selanjutnya peneliti akan mengkaji hasil catatan wawancara dan berupa ratusan transkrip yang nantinya akan dikategorikan dari pernyataan dan komentar lainnya dari peserta diskusi tersebut.
- c. Peneliti melakukan tahapnya yaitu interpretasi terhadap pengalaman dari bermedianya dari khalayak tersebut. Perlu dicatat bahwa pada sebuah tahap seorang peneliti harus mencocokkan sebuah model

pembacaannya dan sebagaimana yang dirumuskan secara teoritis melainkan dengan mengkolaborasikan dengan penemuan yang terjadi saat dilapangan sehingga peneliti mendapatkan penerimaan yang sesungguhnya dan riil yang lahir dari konteks yang sebenarnya (Jansen, 1999:140).

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi. Menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan metode kualitatif sebuah cara penelitian yang nanti hasilnya berupa diskriptif sebuah kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan sebuah proses yang dapat diamatinya. Dan penelitian kualitatif itu penelitian yang dilakukan yaitu wawancara secara terbuka dan menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan dan perilaku sebuah individu maupun kelompok tersebut (Moleong, 2013:4-5).

Analisis Resepsi adalah sebuah metode yang membandingkan antara analisis tekstual wacana media dan wacana khalayak, yang hasil interprestasinya merujuk pada konteks, seperti *cultural setting* dan konteks isi atas media lain (Jansen, 1993:139).

Penelitian dengan menggunakan analisis resepsi, dimana untuk mengetahui bagaimana khalayak memaknai isi wayang santri sang pencerah dapat disimpulkan bahwa dari setiap informan mempunyai

penerimaan yang berbeda yaitu *oppositional reading*, *dominant reading*, dan *negotiated reading*. Yang pasti dari khalayak yang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda.

2. Subjek penelitian

Subjek yang ada pada penelitian ini yaitu mahasiswa dari universitas yang berbeda-beda dan mengikuti organisasi Islam berbeda-beda.

Informan yang dipilih yang mempunyai kriteria-kriteria yang cukup mewakili para mahasiswa yang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda. Seperti mahasiswa dari universitas swasta dimana *background* universitasnya Islam, ataupun universitas negeri.

Teknik pengambilan informannya yang digunakan dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu dengan pengambilan sebuah sampel tidak secara acak, tetapi memilih dengan sengaja pada sebuah informan yang memenuhi kriteria sesuai kebutuhan peneliti.

Pemilihan informan dipilih dari universitas Muhammadiyah Surakarta, universitas Islam Indonesia Yogyakarta, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Surakarta. Pemilihan informan tersebut dari enam orang yang dari universitas yang berbeda-beda, masing-masing universitas diambil dua informan. Peneliti ingin mengetahui pemaknaan mahasiswa yang mengikuti organisasi Islam di universitasnya untuk mengetahui pemaknaan penonton terhadap citra Muhammadiyah dalam wayang santri sang pencerah.

3. Sumber Data

Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini dengan menggunakan dua sumber data yaitu:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu melakukan wawancara langsung kepada penonton yang sudah melihat pertunjukan wayang santri sang pencerah. Berikut profil informan dalam penelitian ini.

1) Tri Haryadi

Informan ini menempuh kuliah strata satu di Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) mengambil jurusan ekonomi akutansi. Di universitas, informan aktif di dalam organisasi IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) sebagai Anggota. Peneliti memilih informan ini karena dari latar belakang keluarga mereka termasuk dalam lingkungan Muhammadiyah. Informan juga mengetahui latar belakang muhammadiyah.

2) Ovinandya Ariesta

Informan ini menempuh pendidikan strata satu di Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) mengambil Jurusan Komunikasi. Di fakultas informan aktif dalam organisasi IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) sebagai anggota. Mahasiswa yang kerap dipanggil Ovi memiliki latar belakang di lingkungan

muhammadiyah, oleh sebab itu peneliti memilih ovi untuk menjadi informan Wayang Santri Sang Pencerah.

3) Dina Kusmayanti

Informan ini berkuliah di Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta dan mengambil jurusan Teknik Informatika. Di Universitasnya, informan aktif mengikuti organisasi HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) sebagai anggota. Peneliti memilih informan ini karena memiliki latar belakang keluarga dan berada pada lingkungan NU (Nahdlatul Ulama).

4) Aprilia Islamawati

Informan ini berkuliah di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dan mengambil jurusan Teknik Informatika. Di Universitas informan aktif dalam organisasi HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) sebagai bendahara. Peneliti memilih informan ini karena berlatar belakang keluarga dan lingkungan NU (Nahdlatul Ulama).

5) Nur Rifai

Informan ini berkuliah di Institut Agama Islam Negeri Surakarta dan mengambil Jurusan Ekonomi Perbankan Syariah. Di Universitas informan aktif dalam organisasi PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) sebagai ketua. Peneliti memilih informan ini karena memiliki latar belakang keluarga dan berada pada lingkungan NU (Nahdlatul Ulama). Selain sebagai ketua, informan juga merupakan Ketua PMII Cabang Sukoharjo.

6) Hilmy Zulfikar

Informan ini berkuliah di Institut Agama Islam Negeri Surakarta dan mengambil jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Di universitas Informan aktif dalam organisasi PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) sebagai anggota. Peneliti memilih informan Hilmy karena ia dibesarkan oleh keluarga berlatar belakang NU. Selain itu ia juga aktif dalam berbagai kegiatan di lingkungan NU (Nahdlatul Ulama).

b. Sumber data sekunder

Selain menggunakan data primer, didalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder. Sumber data sekunder didalam penelitian ini yaitu melalui studi kepustakaan iyalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaan terhadap buku-buku atau literature-literatur, catatan-catatan dan laporan-laporan yang hubungannya dengan maslah yang dipecahkan. dan juga dengan dokumen yang mendukung penelitian ini seperti video wayang santri sang pencerah, gambar captur adegan wayang santri sang pencerah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara terhadap penonton yang sudah melihat video tersebut, dan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan kebutuhan dan yang terkait dengan obyek penelitian.

5. Validitas Data

Validitas di dalam penelitian kualitatif suatu derajat ketepatan yang ada antara data yang terjadi pada sebuah obyek penelitian dengan data yang diterima oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid yaitu “data yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2010:267).

Pada penelitian ini yang digunakan teknik triangulasi. Prosedur ini dipilih karena yang tepat sesuai dengan penelitian kualitatif yang dilakukan peneliti. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2013:330). Biasanya jenis triangulasi ini mengarah agar di dalam mengumpulkan data, ia juga menggunakan dari beberapa sumber lainnya.

Dalam triangulasi bersumber berarti membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan informasi yang ada melalui waktu dan alat yang berada dalam penelitian kualitatif (Patton, 1987:331). Membandingkan hasil pengamatan dengan hasil data wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang di katakan secara pribadi, membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi peneliti dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang

berpendidikan tinggi, orang yang menengah, orang berada, orang pemerintah, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Moleong, 2013:331).

6. Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini yaitu dengan melihat makna atau simbol citra Muhammadiyah melalui wayang santri sang pencerah dengan menggunakan metode penelitian resepsi, kemudian peneliti melakukan wawancara terhadap penonton untuk mengetahui bagaimana pemaknaan penonton terhadap citra positif Muhammadiyah yang ada dalam video tersebut.

Teknik analisis data yang dipersiapkan oleh peneliti sebagai berikut:

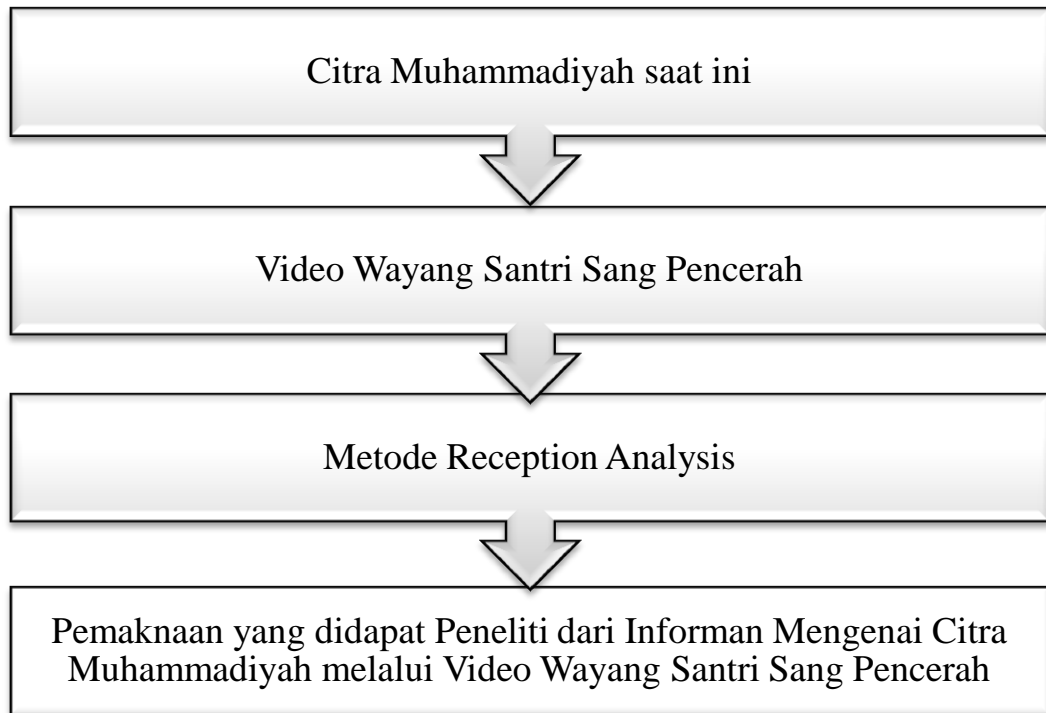
a. Mengolah data

Di dalam tahap ini peneliti akan memindah hasil rekaman wawancara kedalam bentuk tulisan.

b. Menganalisis

Kemudian peneliti akan menganalisis adegan yang ada di dalam video wayang santri sang pencerah, dengan penerimaan serta hasil wawancara dan penerimaan dari para informan kemudian ditulis dalam bentuk laporan. Selanjutnya akan didapatkan hasil analisis bahwa informan termasuk dalam jenis yang mana dalam memahami citra positif Muhammadiyah.

7. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran